



DAFTAR PUSTAKA

1. Aaker, David A dan Erich Joachimsthaler 2000, *Brand Leadership*, New York: The Free Press
2. Cooper Donald R. dan Pamela S. Schindler 2006, *Metode Riset Bisnis*, Edisi 9, Volume 1, Jakarta: PT Media Global Edukasi
3. Cooper Donald R. dan Pamela S. Schindler 2006, *Metode Riset Bisnis*, Edisi 9, Volume 2, Jakarta: PT Media Global Edukasi
4. Cooper Donald R. dan C. William Emory 1996, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 5, Jakarta: Erlangga.
5. Dufiansa, Darmadi., Sugiarto, dan Tony Sitinjak 2001, *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
6. Sjagian Dergibson., Sugiarto 2006, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, cetakan kedua, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
7. Rangkuti, Freddy 2002, *The Power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek + analisis kasus dengan SPSS*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
8. Ghozali Imam 2006, *Aplikasi multivariat dengan program SPSS*, Edisi 2, Semarang: Balai Penerbit Universitas Diponegoro.
9. Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
10. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid I, Jakarta: PT Indeks
11. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid II, Jakarta: PT Indeks
12. Lau, Gok Theng, Sook Han Lee 1999, "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty" *Journal of Market - Focused Management* pp. 341
13. Mussry, Jacky., Waizly Darwin, dan Edwin Hardi 2012, *100 Kisah Klasik Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
14. Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk 2004, *Consumer Behavior*, 8th edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Sekaran, Uma 1992, *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat

Simamora, Bilson 2002, *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Supranto 2003, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, Edisi revisi ke 7, Jakarta: Rineka Cipta

Wahono, A. Adjie dan Maya C. Watono 2011, *IMC That Sells: Bring Your Brand to the Top with Indonesian Style Communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan 2009, *SPSS Complete: Teknologi Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, Buku Aplikasi Statistik Seri 1, Jakarta: Salemba Infotek

Azz, Nasru Alam 2012, *Sejarah Minyak Gosok Cap Tawon*, Sumber: <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/12/18/16041973/twitter.com> (diakses 16 Juni 2013)

Informasi tentang Minyak Gosok Cap Tawon, <http://www.minyakgosok.com/> (diakses 16 Juni 2013)

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie