



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A (1991), *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York, NY.
- Aaker, David A (1996), *Building Strong*, The Free Press, New York, NY.
- Antonang R., Lerbin (1998) *penelitian Pemasasaran*, Jakarta: UPT Penerbit Universitas Tarumanegara.
- Cooper, Donald R, dan Pamela S. Schindler (2006), *Business Research Methods*, International Edition 2006, New York : McGraw Hill.
- Delgado, Elena (2001), *Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty*, European Journal Marketing Vol 35.
- Freddy Rangkuti. (2008), *The Power of Brands*, Edisi 3, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar (2008), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Imam Ghozali (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, edisi 14th, International Edition, England : Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller (2012), *Marketing Management*, edisi 14e, International Edition, England : Pearson Education.
- Lau, Geok Then, Sook Han Lee (1999), *Consumer Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty*.
(<http://www.marketing.co.id/samsung-masih-menguasai-pasar-smartphone-dunia/>) diakses pada 5 November 2013

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)