

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on The value of a Brand Name*. New York. The Free Press.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama (alih bahaa: Aris Ananda).
- Romadhoni, Aditya. 2014. *“Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene di Surabaya”*
- Afandi, Ahmad Rizal. 2015. *“Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone di Counter Handphone MATOS)*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Cindy Mei, Edy, dkk. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. [Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/Jurnal Administrasi Bisnis \(JAB\)|Vol. 36 No. 1 Juli 2016|](http://Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 36 No. 1 Juli 2016|)
- Danang Adhi Putra. 2011. *“ Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)”*
- Durianto, Darmadi; Sugiarto; dan Tony S. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.
- Dimas Raditya Akbar. 2015. *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”*
- Fadli dan Qomariah. 2007. *“Analisis Faktor-faktor ekuitas Sepedah Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus pada Universitas Sumatra Utara)*.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *“Merek & Psikologi Konsumen.”* Edisi Pertama, Jilid 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ferdinand, A.. 2002. *“Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen.”* Edisi ke 2.Semarang: BP UNDIP.
- Hanggadhika. 2010. *“Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Handphone Merek Nokia di Bondowoso”*.

- Humdiana. 2005. “*Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black*”. Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol.12.1 Maret 2005.
- I G Teguh Esa Widhiarta, I Made Wardana. 2015.” *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar*”
- Kartono. 2007. *Analisis Perbandingan Brand Equity Indomie dengan Mie Sedap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Erlanggan. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2001. *Prinsip – prinsip Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid satu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler. Philip, Keller. Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga (alih bahasa : Bob Sabran).
- Kotler. Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Hendara Teguh, Ranny A, Rusli dan Benjamin Molan. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip, dan K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Laraswati Nurlaeli. 2017. “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sari Ayu Martha Tilaar di Jember*”. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Nazaruddin. A dan M.Fikri Ridha Putra. 2013. *Analisa Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Semen PT. Semen Baturaja Pada Masyarakat Palembang*. Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.11 No.2 Juni 2013.
- Nilcolino, Patricia F, 2004. *The Compleate Ideal’s Guides : Brand management*, Jakarta : Prenada Media.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS..* Cetakan Ke 1. Yogyakarta: Gava Media.

Ahmad Rizal Afandi. 2015. “**Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi pada pelangg UD. Yamaha Pahala, Motor Bondowoso)**”. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.

Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia .

Rangkuti, Freddy. 2010. *The Power Of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sangadji. Etta, Sopinah, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012. **Statistika untuk Penelitian**. Cetakan ke dua puluh satu. Bandung : Alfabeta.

Swastha, Basu dan Handoko T. Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.

Srimiatun. 2017. “*Pengaruh Elemen Brand Equity Terhadap Keputusan Membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Magetan*”. Madiun: Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun. Epicheirisi. Volume 1 No. 2 Tahun 2017.

Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Banyumedia Publishing, Malang.

Widjaja, Jenu Tanjung. 2004. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Edisi Kedua, Banyumedia Publishing, Malang.

Sumber Internet:

<http://library.binus.ac.id>

www.semenindonesia.com

<http://www.bps.go.id>