

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2000. Manajemen Ekuitas Merek, Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama
- Aaker, David A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Mitra Utama
- Aaker, David A. 1996. Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name. New York: The Free Press
- Aaker, D. A. (1996). Building strong brands". New York: Free Press
- Akbarsyah. 2012. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Joytea Di Kota Bandung Tahun 2012. Jurnal Institut Manajemen Telkom Bandung
- Arikunto, Suharsimi. (2012). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha, 2007, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Offset, Yogyakarta
- Bilson, Simamora. 2011. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Delgado, E., Munuera, J.L 2004. Does Brand Trust Matter To Brand Equity, Journal of Product and Brand Management, Vol. 14 No. 3, pp. 187-196
- Deshpande, R. 1992. Relationship between providers and users of marketing research: the dynamics of trust within and between organizations. Journal of Marketing Research
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fure dkk, 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di JCO Manado. Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal.367-377
- Ghozali, Imam. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hsu dan Chang. 2008. Purchase of Clothing and Its Linkage to Family Communication and Lifestyles Among Young Adults. *Journal of Fashion Marketing and Management*
- Humdiana. 2005. Strategi Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan Pustaka
- Keller, 2010. Consumer Evaluation of Brand Extension . *Journal of Marketing* Vol. 54
- Kotler, Philip 2006. Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jakarta.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip (2009), Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip (1997). "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol", Jilid Kedua. Jakarta: PT. Prehalindo
- Kumar. 2008. International Tourism Management. New Delhi: Sterling
- Kustini, Nuruni Ika. (2011), Experiential Marketing Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Surabaya.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga Retnosari dan Isadiartuti, D., 2006. Studi Efektivitas Sediaan Gel Antiseptik Tangan Ekstrak Daun Sirih (*Piper betle* L.). *Majalah farmasi Indonesia*.
- Schiffman dan Kanuk. 2009. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Tjahyadi, Rully. 2006. Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek.” Jurnal Manajemen, Vol.6, No.1
- Wulandari dan Nurcahya (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian.
- Wulandari dkk (2019). Pengaruh *Brand Awareness, Harga, Dan Iklan* Terhadap Keputusan Pembelian
- Yoo, et al. (2002). An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity”. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 28. No. 2. 195 – 211. Academy of Marketing Scienc

