UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS HUBUNGAN ANTARA BRAND VALUE DAN FINANCIAL VALUE KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT (Studi
Kasus pada Kategori MPV 4x2 Private Low Class Kapasitas ? 1500cc)
Adi Purnama Sidi, Ir. Andi Rahadiyan Wijayanto, S.T., M.Sc. Ph.D., IPM., ASEAN Eng
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Anita, Betharia, 2007, Analisis Hubungan antara Persepsi Konsumen dengan Kesuksesan Produk Kendaraan Bermotor Roda Empat, Tugas Akhir, Program Studi Teknik Industri, UGM

Arikunto, Suharsimi, 2006, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta

Cooper, Jenni, 2004, *"Brand Value"*, *Valuing Brands White Paper*, halaman 2

Durianto, D., Sitinjak, T., dan Sugiarto, 2001, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Haigh, David, 1999, *"Understanding The Financial Value of Brands"*, *European Associationof AdvertisingAgencies*, United Kingdom

Indrayani, Emmy, 2004, Loyalitas Merek Sebagai Dasar Strategi Penentuan Harga, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, no.3, jilid 9

Kartajaya, Hermawan, 2004, *Hermawan Kertajaya On Branding*, Mizan Media Utama, Bandung Indonesia

Kottler, Phillip, 2000, *Marketing Management,* The Millenium Edition, Prentice Hall International

Kurniawan, Agung, 2008, Pasar Mobil 2007 Naik 36,2%, www.opinimasyarakat.com, diakses pada tanggal 29 Maret 2008