



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. *Managing Brand Equity*. Free Press. New York
- Aaker, D. A. 1996. *Building Strong Brands*. Free Press. New York
- Aaker, J. L. 1997. Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*. 34: 347-356
- Aryani, D dan F. Rosinta. 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17: 114-126
- Aulia, R. 2007. *Analisis Ekuitas Merek Restoran Fast Food Asing Waralaba di Kota Depok*. Thesis. Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor (Abstr.)
- Castro, C. B., E. M. Amario, D. M. Ruiz. 2005. The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behaviour. *Journal of Tourism Management*. 28: 175-187
- Chen, C. F. Dan D. C. Tsai. 2006. How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Journal of Tourism Management*. 28: 1115-1122
- Chen, C. F. dan Y. Y. Chang. 2008. Airline brand equity, brand preference, and purchase intentions-the moderating effects of switching costs. *Journal of Air Transport Management*. 14: 40-42
- Chen, C. F. dan W. S. Tseng. 2010. Exploring customer-based airline brand equity: evidence from Taiwan. *Transportation Journal*. 49: 24-34
- Cooper, D. R. Dan P. S. Schindler. 2006. *Business Research Methods*. 9th ed. McGraw-Hill Companies, Inc., New York
- Erviana, I. P., I. Suyadi, Sunardi. 2013. Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek terhadap ekuitas merek (survei pada warga Perumahan Joyo Grand konsumen air minum kemasan merek Aqua di kota Malang). Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang
- Fajarwati, A. D. P. S. 2013. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Olive Fried Chicken di Yogyakarta. Skripsi Sarjana



Ekonomi. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah,
Yogyakarta

Ghozali, I. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ke-4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Henseler, J., C. M. Ringle, dan R. R. Sincovics. 2009. The use of partial least square path modelling in international marketing. *New Challenges to International Marketing: Advances in International Marketing*. 20: 277-319

Keller, K. L. 1993. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*. 57: 1- 22

Konecnik, M. dan W. C. Gartner. 2007. Customer-based brand equity for a destination. *Annals of Tourism Research*. 32: 400-421

Kotler, P. 2013. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall, New Jersey

Lassar, W., B. Mittal, A. Sharma. 1995. Measuring customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing*. 12: 11 – 19

Myagmarsuren, O. dan C. F. Chen. 2011. Exploring relationships between destination brand equity, satisfaction, and destination loyalty: a case study of Mongolia. *Journal of Tourism, Hospitality, and Culinary Arts*. 3: 81-94

Rajh, E., T. Vranesevic, dan D. Toli. 2003. Croatian food industry- brand equity in selected product category. *British Food Journal*. 4: 263-273

Ratri, L. E. 2007. Hubungan antara citra merek (*brand image*) operator seluler dengan loyalitas merek (*brand loyalty*) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi Sarjana Ekonomi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang

Rezaie, D. H. dan Z. Askarzadeh. 2011. Determinants of the brand equity in the food industry in Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Buseiness*. 3: 839-847

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung



- Susanto, A. B. dan H. Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta
- Suwarno, H. L. dan F. Abednego. 2011. Penciptaan Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Pengembangan Usaha Melalui Program Pemasaran Kreatif (Studi pada PT Maich Inter Sinergi). Universitas Kristen Maranatha, Bandung
- Tarigan, E. F. 2012. Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sumatera Utara tentang Konsumsi Makanan Cepat Saji. Skripsi Sarjana Kesehatan Masyarakat. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sumatera Utara, Medan
- Temporal, P. dan K. C. Lee. 2001. Hi-Tech Hi-Touch Hi-Branding: Menciptakan Kekuatan Merek dalam Era Teknologi. Salemba Empat, Jakarta
- Top Brand Award. 2014. Top Brand Index Fase 2. Available at http://www.topbrand-award.com/top-brand-survei/survei/result/top_brand_index_2014_fase_2. Accession date 23rd Oct 2014
- Waldi, D. A. 2000. Analisis pengaruh atribut produk dan promosi terhadap persepsi kualitas motor merek millenium (produk motor Cina). Tesis Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro. Semarang
- Weston, J. F dan T. E. Copeland,. 1997. Manajemen Keuangan. Edisi ke-9. Penerbit Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Widjaya, M., S. Wijaya, dan R. Jokom. 2007. Analisis penilaian konsumen terhadap ekuitas merek coffee shops di Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan. 3: 89-101
- Yoo, B. Dan N. Donthu. 2001. Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. Journal of Business Research. 52: 1-14
- Yulianti, I. 2008. Pengaruh *Brand Image* terhadap Pembentukan *Brand Equity* (Studi pada Kentucky Fried Chicken di Jakarta). Skripsi Sarjana Isipol. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia, Depok (Abstr.)



Zen, M. D. K. 2012. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang). Skripsi Sarjana Ekonomi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang