

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- A.B. Susanto dan H. Wijanarko. 2004. *Power Branding : Membangun Brand yang Legendari*, PT. Mizan Pustaka, Jakarta.
- Agusli, Devonalita. dan Kunto, Yohanes Sondang. (2013). *Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya*. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Arianis Chan, 2010, *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 6, No. 1 hal. 43-58(ISSN:0216-1249).
- Aristyani, Ida Ayu Raras, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2013. *Perbandingan Brand Equity Produk Shampo Merek Sunsilk Dengan Merek Pantene*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Udayana. Vol. 15, No. 2, September 2013.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3*. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta.
- Chi, Hsin Kuang, Huery Ren Yeh, & Ya Ting Yang. 2009. *The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty*. *The Journal of International Management Studies*, Volume 4, No 1.
- Durianto, D. Sugiarto & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fayrene & Lee, G.C. 2011. *Customer-based Brand Equity: A Literature Review*. *Journal of Arts Science & Commerce*, 11(1): 33-42.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., Sarstedt, M., 2013. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Utama. Yogyakarta.
- Hoeffler, Steve. & Keller, Kevin. 2002. *Building Brand Equity Through Corporate Societal Marketing*. University Of North Carolina.
- Jalilvand, M.R., Samiei, N and Mahdavinia, S.H., 2011. *The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry*. *The Journal of International Business and Management*, Volume 2, No. 2, 149-158.
- Jushermi. 2009. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Telkomnetinstan Pada Pt.Telkom Cabang Pekanbaru*. Universitas Riau Kampus Bina Widya. Pekanbaru.
- Kartajaya, H. 2004. *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kim, W.G., & Kim, H.B., 2004. *Measuring Customer-based Restaurant Brand Equity: Investigating the Relationship between Brand Equity and Firms' Performance*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Volume 45 (2), 115-131.
- Kinney, Thomas C, dan Taylor, James R. 2003. *Riset Pemasaran*. (Terjemahan oleh Thamrin). Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson: Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kurnianto, Eko, N. & Astuti, Budi. 2013. *Analisis Pengaruh Komponen Pembentuk Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

- Nursalam. 2003. *Konsep & Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pedoman Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan*. Salemba Medika. Jakarta.
- O'Guinn, et al. 2009. *Advertising & Integrated Brand Promotion*. USA: South-Western Language Learning.
- Oliver, Richard L. 2006. *Satisfaction. Behavioral Perspective on The Consumer*. McGraw – Hill. New York.
- Podar, Amit. Donthu, Naveen dan Wei, Yujie (2008). *Website Costumer Orientation, Website Quality and Purchase Intention: The Role of Website Personality*. Journal of Bussiness Research.
- Quarles, R.C. 2009. *A Conceptual and Measurement Model for Brand Equity Research*, <http://www.qsaresearch.com/images/equity.pdf>, (diakses 10 April 2012).
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brands: Teknik Mengelola BrandEquity dan Strategi Pengembangan Merek Plus AnalisisKasus dengan SPSS*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Y & Resdianto, R. 2007. *Brand sebagai Kekuatan Perusahaan dalam Persaingan Global*. *Business and Management Journal Bunda Mulia*, 3(2): 52-63.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consemer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business. Edisi 4*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Simamora, B. 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. PT Gramedia. Jakarta.
- Website www.asus.com. 2015. (Online). http://www.asus.com/id/About_ASUS/asal_usu_nama_asus. Diakses 22 Desember 2015.
- Website www.gatra.com. 2015. (Online). Diakses tanggal 22 Desember 2015.