

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Manajemen ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra utama
Research, 34(August), 347–356.
- 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.
- Buil, Isabel., Leslie de Chernatony dan Eva Martínez. 2013. Examining the Role of Advertising and Sales Promotions in Brand Equity Creation. *Journal of Business Research* 66 : 115-122.
- Cooper, D. R. Pamela, S. Schindler. 2006. *Busines Research Methods*. Edisi 9. McGraw-Hill International Edition.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmanzah. 2008. *Mengelola partai politik : persaingan dan positioning ideologi politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Firmanzah. 2010. *Persaingan Legitimasi Kekuasaan dan Marketing Politik*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Florence, Pierre V., Haythem Guizani and Dwight Merunka. 2011. The Impact of Brand Personality and Sales Promotion on Brand Equity. *Journal of bussiness research*. 64(1) : 24-28.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan ke 5. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. New Jersey

:Pearson

Nigam, Ashutosh and Rajiv Kaushik. 2011. Impact of Brand Equity on Customer

Purchase Decision: An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana. *IJCEM International Journal of Computational Engineering & Management*, Vol. 12.

Nurani, Eka Setya dan Jony Oktavian Haryanto (2011). Pengaruh Celebrity

Endorser, Brand Association, Brand Personality Dan Product Characteristics Dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi pada Iklan Kuku Bima Ener-G Rosa Versi Chris Joh. *Journal of Business Strategy and Execution* 2(2), pp. 104 – 125.

Ocktaria, Rossa., Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. 2015. Pengaruh

Brand Personality dan Sales Promotion terhadap Brand Equity dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Pengguna Produk Wardah Kosmetik di Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 23

Permatasari, Yoliska Rizki, Achmad Fauzi, dan Edy Yulianto. 2014. Pengaruh

Periklanan Terhadap Faktor Psikologis yang Berdampak Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2011/2012 dan 2012/2012 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli Provider XL/PT. Excelcomindo Pratama Karena Iklan di Televisi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 8 No. 2

Puspitasari, Ayu Febri dan Suharyono. 2014. Pengaruh Marketing Mix dan

Bandwagon Effect Terhadap Brand equity dan Voting Intention Dalam Kandidat Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014. *ISSN 2088-7469 (Paper) ISSN 2407-6864 (Online) Vol. 4, No. 2*

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1.

Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat.

Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kenacan Prenanda

Media.

Surahmat, Imam F., Suharyono dan Srikandi Kumadji. 2013. Pengaruh Brand

Personality dan Sales Promotion terhadap Brand Equity serta Keputusan MemilihKandidat Gubernur Provinsi Jawa Timur Periode 2008-2013. *Jurnal Profit*. Vol. 6 No. 2

Swastha, Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:

Liberty

Wibowo, Agus Mahendra. 2011. Pengaruh Iklan dan Promosi Harga Terhadap

Ekuitas Merek. *ISSN: 2087 -1899*. Vol 2 No 2.

