

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2017. “*Manajemen Ekuitas Merek, Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*”. Jakarta: Spektrum
- Aaker. 2001. *Strategic market management*. USA : John Wiley & Sons, INC
- Aristyani, I. A. R., & Yasa, N. N. K. 2013. Perbandingan Brand Equity Produk Shampoo Merek Sunsilk Dengan Merek Pantene. *JMK*, 15(2), 179–189.
- Astuti, Sri Wahjuni Dan I Gde Cahyadi. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*, 17(2), h: 145-156.
- Darmawan dan Hidayah, A. 2016. Perbandingan Ekuitas Merek Indomie dan Mie Sedaap. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 113–135.
- Durianto, dkk. 2004. *Brand Equity Ten Strateti Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gremedia Pustaka Utama.
- Ferinadewi, E. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Edisi Pert). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Humdiana. 2005. ”Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Pada Produk Rokok Merek Djarum Black”. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.12, No.1, h.42-59
- Khasanah, I. 2013. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), 93–102.
- Kayaman, Ruchan, and Huseyin Arasli. 2007. Customer Based Brand Equity: Evidence From The Hotel Industry. *Managing Service Quality*, 17(1), pp: 92109.
- Keller, Kevin L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Manging Brand Equity 3rd ed*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran 13rd edition, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Muafi dan Effendi, M. Irhas. 2001. ”Mengelola Ekuitas Merek : Upaya Memenangkan Persaingan Di Era Global.” *Jurnal EKOBIS*, Vol.2, No.3, September 2001, h.129-139.
- Nasution, P. L. K., & Khairina. 2015. Analisis Ekuitas Merek Produk Tupperware Di Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 15(01). <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Priyatno. (2010). “*5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19*”. Yogyakarta: Andi
- Rangkuti, Freddy. 2009. “*The Power Of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*”. Jakarta: Gramedia.

- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Supriyadi. 2014. *Analisis Perbandingan Brand Awereness, Brand Assoxiation, Perceived Quality dan Brand Loyalty Produk Kamera DSLR Merek Canon dan Nikon*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnsis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B and Wijanarko, H. 2004. *Power branding, Bandung* : Quantum.
- Simamora. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel, Gramedia Pustaka Utama*. Jakarta.
- Swastha, Basu. 1999. *Azaz-Azaz Pemasaran, edisi ketiga*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta; Penerbit Bayumedia Publishing.
- Widiananta, K. T & Wardana, M. 2016. Elemen-elemen *Brand Equity* yang Membedakan Produk Olahraga Adidas dengan Nike di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5811–5838.