**DAFTAR PUSTAKA**

Aaker, David, 1991, Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of Brand Name, Free Press, New York.

Aaker, David. A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.

A.B. Susanto dan H. Wijanarko. 2004. Power Branding : Membangun Brand yang Legendari, PT. Mizan Pustaka, Jakarta.

Akdon & Riduwan, (2007), Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Cet 2, Alfabeta, Bandung.

Assael, Henry, 1995. Costumer Behavior And Marketing Action, Keat Publishing Company, Boston.

Barnes, James G., (2003). Secrets Of Customer Relationship Management, ANDI, Yogyakarta.

Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2001). *Business Research Methods*. 7th Edition. McGraw-Hill Irwin.

Durianto, Darmadi., Sugiarto & Tony Sitinjak., 2001, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Durianto, Darmadi, dkk. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Garvin, D. A. (1987). Managing Quality. New York: The Free Press.

Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, Damodar, 2001. Ekonometrika Dasar. Penerbit Erlangga, Jakarta.Istijanto,M.M.,M.Com. (2005), Riset Sumber Daya Manusia, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kim, S.Y., Jung, T.S., Suh. E.H.,& Hwang, H.S. (2006) , Customer Segmentation And Strategy Development Based On Customer Lifetime Value: Acase Study, Expert Systems With Applications 31,101-107

Kotler, Philip, dan A.B. Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan,Implementasi,dan Pengendalian. Yogyakarta: Salemba Empat.

Kotler, P. (2004). Manajemen Pemasaran, jilid-1, edisi Milenium. PT. Prehalindo, Jakarta.

Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi 11. Indeks, Jakarta. Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2006), Marketing Management 12e, International Edition, Pearson, Prentice Hall.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Indeks, Jakarta.

Rahmawati. 2002. Create a Value Of Brand With Peronality. Usahawan No.10 Tahun XXX.

Rangkuti, Freddy. (2004). “The Power Of Brand”, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2006. Measuring Customer Satisfaction. Cetakan Ketiga. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama

Santoso, Singgih. 2001. Mengolah Data Statistik Secara Profesional. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.

Sekaran, Uma. 2006. Research Methods For Business : Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Buku 2. Salemba Empat : Jakarta.

Simamora, Bilson. 2001. Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Yang Efektif dan Profitable.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, Terance A. (2004). Periklanan dan promosi aspek tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Erlangga, Jakarta.

Sugiyono ( 2001 ). Metode Penelitian Bisnis, Bandung, CV. Alfabeta.

\_\_\_\_\_\_ ( 2002 ). Metode Penelitian Administrasi, Bandung, CV. Alfabeta.

\_\_\_\_\_ ( 2005 ). Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke delapan, Bandung, CV. Alfabeta.

Suhari, Yohanes,Rara Sri Artati dan Widiyannto Tri Handoko,. 2012. “ Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai,Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas) ”. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, Tahun 2012, No. 1 Januari 2012 : 46-58.

Sumarwan, Ujang. Perilaku Konsumen. 2004, Bogor, Ghalia Indonesia.

Sumarwan, Ujang, dkk. 2010. Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pebgukurab Kinerja). IPB Pres. Bogor.

Widjaja, Maya, Serli Wijaya dan Regina. 2007. “ Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek *COFFE SHOPS* Di Surabaya ”. Jurnal Manajemen Perhotelan, Tahun 2007, No. 2 September 2007 : 89-101.

Yunitasari,Herma dan Ahsyar Yuniawan,2006. “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Toyota Avanza “. Vol 3. No. 2: 15.

Zethaml, Valrie (1988).costumers perceptions of price, Quality and Value: A Means-End model and Synthesis of Evidence. *Journal of marketing* , Vol. 52, no. 3, pp. 2-22.

Zethaml, Valrie, Leonard L. Berry dan A .Parasuraman (1996). The behavioral Consequenses of services Quality. *Journal of marketing*, Vol. 60, No. 2, pp. 31-46