

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, 1991, *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a Brand Name*, New York : The Free Press.
- Kasali, Renald, 1998, *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi 8, buku 1 dan 2, Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, P. 2008, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi 8, Terjemahan Arcella Ariwati Hermawan, Salemba empat, Jakarta.
- Lau and Lee.1999, “*Consumer’s Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*”, *Journal of Market Focused Management*.
- Malindar, B 2008. *Dalam skripsi dengan judul Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Produk Sepatu NIKE*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 2002, *The Power of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek, Plus Analisis kasus dengan SPSS*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ricardo, Rico. 2004, “ *Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek*”, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasta, Basu dan Sukotjo Ibnu, 2003. *Pengantar Bisnis Modern*. Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta : Andi offset.