DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A. dalam Aris Ananda 2011. Manajemen Ekuitas Merek : *Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.

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

Amalia, Winda. 2014. Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Restoran D'Cost di Palembang Square. Jurnal STIE MDP. Jurnal Online. (http://eprints.mdp.ac.id/1398/1/jurnal.pdf)

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. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Hal. 145 – 156. Universitas Airlangga. Surabaya.

Bakti, Sukma.2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kedai Kopi Black Canyon Mall Jamtos. Jurnal Online. (http://online-journal.unja.ac.id/index.php/mankeu/article/download/3233/2428)

Dharmmesta, Bashu, Swastha. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol.14 No.3.

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

Durianto, et al. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ferdinand, A. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hicks et al. 2005. *Delighted Consumers Buy Again. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour.*

https://arenalte.com/berita/industri/pengguna-smartphone-indonesia/

http://bgr.com/2013/07/26/apple-brand-of-the-year-award/

http://bgr.com/2016/06/14/apple-design-awards-2016-winners/

http://fortune.com/2012/12/11/apples-iphone-5-is-time-magazines-gadget-of-the-year/

http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2016/ranking/

http://www.makemac.com/iphone-6-sabet-gelar-the-best-smartphone-di-mobile-world-congress-2015/

https://tech.idntimes.com/gadget/indra/mengapa-harga-iphone-7-bikin-kantong-langsung-jebol-ini-alasannya/full

http://tekno.kompas.com/read/2016/07/27/13480087/apple.laporkan.penurunan.penjualan.iphone.paling.jeblok

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1

Humdiana, 2005, "Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black, *Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 12. No. 1. Maret, p.42-59''*

Kardoyo. 2007. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Menyekolahkan Anak. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Dinamika*. Vol. 16 No. 2. Hal. 151 – 162. Universitas Negeri Semarang (UNNES). Semarang.

Kotler, Philip dan Armstrong. 2010. *Principles of Marketing, thirteen edition.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, Philip., dan Gary Armstrong.2004.*Dasar-Dasar Pemasaran,*Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., dan Keller, K.L., 2003, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, cetakan 3, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan.

Kuncoro, Mudrajad.2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.Kotler, Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran 1. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.

Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. *Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan Ketiga (Revisi). Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

Pudji , Monica Ade Ayu Novita. 2015. Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli Ulang. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Jurnal Online. (http://eprints.perbanas.ac.id/755/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf).

Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. *Cet* Ke-2. Jakarta. PT. Gramedia.

Sari, Dian Indah. 2015. Pengaruh Brand Loyalty dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pelanggan KFC Bekasi. Jurnal AMIK BSI Bekasi. Jurnal Online. (http://ejournal.bsi.ac.id/assets/files/7_JURNAL-_DIAN.pdf)

Schiffman dan Kanuk.2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Simamora, Henry. 2001. *Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN

Sumarwan, Ujang.2003. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Tslotsou, R. 2003. *The Role of Perceived Product Quality and Overall Satisfaction on Purchase Intentions. International Journal of Consumer Studies*, 30(2), pp. 207-217.

Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Widhiarta, I Gede Teguh Esa. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar. Jurnal Universitas Udayana. Jurnal Online. (http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/10179/8606)