

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1997). *Manajemen ekuitas merek*. Jakarta : Mitra Utama.
- Belch, G.E., Belch, M.A. (2004). *Advertising and promotion : An integrated marketing communication perspective* (6th ed.). New York: McGraw Hill.
- Duncan, Tom. (2005) *Principles of Advertising & IMC*. New York: McGraw Hill.
- Durianto, D., Sugiarto, W., Wachidin, A., & Supratikno, H. (2003). *Inovasi pasar dengan iklan yang efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Echols, John M; Shadily (1990), *Kamus Inggris Indonesia*, Gramedia, Jakarta.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen periklanan: konsep dan aplikasi di Indonesia edisi pertama*. Pustaka Utama Grafiti.
- Keller, Kevin L, (1993), Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, January.
- Knapp, Duane E, *The Brand Mindset*, By The McGraw Hill, Michigan, USA, 2000.
- Kotler, Philip. (1994). *Manajemen Pemasaran edisi kesembilan*, Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran edisi kesembilan*, Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2004). *Dasar-dasar pemasaran jilid 1*. Jakarta: Indeks. Majalah Mix. Agustus/2009
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan promosi : Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Soehadi, A. W. (2005). *Effective branding: konsep dan aplikasi pengembangan merek yang sehat dan kuat*. Bandung: Quantum Bisnis dan Management.
- Susanto, A, B., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.