

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David (1996). *Building Strong Brands*. New York : The Free Press
- Aaker, David A. (1997). *Building Strong Brands*. New York : The Free Press
- Aaker, David A. & Joachmisthaler, E. 2000. *Brand Leadership*. New York: Free Press
- Atmojo, H.E (2003). *Pengaruh karakteristik kategori produk, kebutuhan Mencari variasi merek dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek pada produk toiletiers di Universitas Kristen Petra Surabaya*. Skripsi. Surabaya : Universitas Krsiten Petra
- David McNally, Karl D. Speak . (2004). *Be Your Own Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dreyfuss, Henry. (1972). *Symbol of Source Book*. New York : Mc. Graw Hill Company
- Efferin, S. et al. (2008), *Metode Penelitian Akuntansi (Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- English Dictionary*. (2011). Jingle. Retrieved June, 25, 2011, from http://www.allwords.com/query.php?SearchType=0&Keyword=jingle&goquery=Find+it!&Language=ENG&v_PageSize=25
- Fisk, Peter. (2007). *Marketing Genius*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Ghodeswar B.M. (2008), “*Building Brand Identity in Competitive Markets: A Conceptual Model*”, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 4-12.
- Glasson, John. terjemahan oleh Paul Sitohang. (1990), *Pengantar Perencanaan Regional*. Jakarta : Lembaga penerbit FEUI.
- Interbrand glossary*. (2003). Brand Identity. Retrieved April, 14, 2011, from <http://www.brandchannel.com/educationglossary.asp>
- Kapferer, Jean Noel. (2004). *Strategic Brand Management*. London : Kogan Page

- Kartajaya, Hermawan (2005). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Cetakan 4. Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald. (2005). *Change : Tak Peduli Bearapa Jauh Jalan Salah yang Anda Jalani, Putar Arah Sekarang Juga*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Keller, K.L. (2003). *Strategic Brand Management : Building, measuring & managing brand equity*. New Jersey : Prentice Hall, Pearson Education Inc.
- Knapp, Duane E. (2000). *The Brand Mindset*. New York : Mc. Graw Hill
- Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks.
- Kotler P. & Amstrong G. (2004) "*Principle of Marketing*", 10th edition / International, New Jearsey : Pearson Education
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2006). *Marketing Management*, 12th Edition. New Jersey : Pearson Education
- Kotler, Jain & Maesincee. (2008). *Marketing Moves*. Boston-Massachusetts : Harvard Business School Press
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- J. Linchosten dan Mansyur. (1983). *Pengantar Ilmu Jiwa Fenomenologi*. Bandung: Jemmars
- Malhotra, Naresk. K. (2003) *Riset Pemasaran Jilid 1* (4th ed) Jakarta : Indeks
- Menggarap Konsumen Beraset 1 Juta Dolar. (2010, Agustus). *Marketing*, 10.(8), 46
- Moertini, Veronica. (2007). *Pengembangan Skalabilitas Algoritma Klasifikasi c4.5 Dengan Pendekatan Konsep Operator Relasi (Studi Kasus: Pra-Pengolahan Dan Klasifikasi Citra Batik)*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

- Murphy, John and Michael Rowe. (1998). *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio : North Light Book.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory* 2nd Ed. New York : McGraw Hill
- Ries, A. & Ries, L. (1998). *Immutable laws of branding*. Jakarta : Gramedia
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (editor).(1995). *Metode Penelitian Survey* (edisi revisi) Jakarta: LP3ES.
- Sudarmadi (2011, Maret), *Swa Sembada .Gelimang Uang & Kemilau Bisnis Batik* (pp.30-31).Jakarta : Sembada Swakarya
- Sugiono (2006). *Metode Penelitian Bisnis*,. Bandung : Alfabeta
- Sugiono (2010). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suliyanto (2005) *Analisa data dalam aplikasi pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Susanto,A.B., Wijanarko,H. (2004). *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung :Quantum Bisnis dan Manajemen (PT.Mizan Publika)
- Tan et al (2009). *Intellectual Capital; Konsep dan Kajian Empiris*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Temporal, Paul (2000). *Branding in Asia : The Creation, Development, and Management of Asian Brands for the Global Market, Revised Edition*. Singapore : John Wiley & Sons
- Temporal, Paul dan KC Lee. (2002). *Hi Tech HI-Touch Branding*. Jakarta : PT. Salemba Emban Patris
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy., Chandra Yanto, Diana Anastasia. (2004). *Marketing Scale*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Van Riel, C.B.M. & Balmer, J.M.T. (1997). *Corporate identity: the concept, its measurement and management*. *European Journal of Marketing*

- Vidinur. (2010). SES-Social Economic Status Indonesia. Retrieved March, 2005, 2011, from <http://vidinur.com/2010/11/04/ses-socio-economic-status-Indonesia/>
- Warner, W. L. (1941). *The social life of modern community*. New Haven : Yale University Press
- Warner, Llyod. (1942). *The Living and The Dead*. New Haven : Yale University Press.
- Wibowo, A. (2006), *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam)*, Universitas Budi Luhur, Jakarta.