

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David , A. (2004). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa. Rangkuti. New York: The Freepress.
- Alma, Buhari. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior* 6th Edition. New York: Thomson-Learning.
- Bearman, E., & Evans. (2001). *Retail Management: A Strategic Approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Chandon, P., Wansink, B., Laurent, G. (2000). *A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness*. *Journal of Marketing* 64 (October).
- Dharmaesta Basu Swashta, & Handoko Hani. (2000). *Elemen Prilaku Konsumen*. Universitas Gajah Mada: Yogyakarta.
- Geuens, DE Pelsmaker & Bergh, Van Den. (2001). *Model Hierarchy-of-effect*. England: Pearson Education Limited.
- Hsin Kuang Chi. (2009). *The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention. The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty*. Taiwan: Taiwan University.
- Hansen., & Maryanne M. Mowen. (2005). *Management Accounting*. Singapore: Thomson Learning.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syari'ah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D., & Best, R. (2007). *Consumer Behavior . Building Marketing Strategy*. New York City: McGraw-Hill.
- Jefkins, Frank. (2003). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Khan., & Rohmani., Hong, & Tan. (2014). *Causal Relationship among Dimension of Consumer-Based Brand Equity and Purchase Intention*. Malaysia: Fashion Industry.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2004). *Dasar-dasar pemasaran*. Edisi bahasa indonesia. Jakarta: PT Prehallindo.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Molan, Benyamin. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Pelsmacker, Geuens., & Bergh Van Den. (2001). *Model Attitude toward the Ad*. Journal of Advertising.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan. Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Ruswanti, Endang. (2010). *Pengaruh Atensi sentral dan peripheral iklan dua sisi terhadap intensi pembelian pada perusahaan jasa penerbangan ELANG AIR*. Disertasi Universitas Islam Yogyakarta.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Consumer Behaviour 7 th. Edition. Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Upper Saddle River. Pearson Education & Inc.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesebelas. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2005). *Perilaku Konsumen, Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Bogor: Ghalia Bogor Indonesia.
- Sutisna. (2001). *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Rosda.
- Syah, Tantri Yanuar R. (2014). *Partisipasi provider sebagai pembentuk loyalitas pelanggan dengan mediasi kualitas relasional dan dimoderasi implicit self theorist*. Disertasi Universitas Indonesia.

Tamara, Steven. (2015). *The Impact of Perceived Advertising Spending and Price Promotions on Brand Equity: A Case of An Indonesia Instant Noodle Brand*. Journal of Petra Christian University.

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran: Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.