

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis* (8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. (A. Ananda, Trans.) Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives*. USA: John Wiley & Sons, INC.
- Agusli, D., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Manajemen Pemasaran Petra*.
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Statistics for Business and Economics*. Ohio: Thomson South-Western.
- Artaji. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Notebook Merek Acer (Studi Pada Pengguna Forum Kaskus). *Skripsi*.
- Christiana, E. V. (2017). Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Minat Beli Produk Starbucks. *Skripsi*.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- David, W., & Djamaris, A. R. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan* (1 ed.). Jakarta: Universitas Bakrie. Retrieved from <http://repository.bakrie.ac.id/1255/1/Ilmu%20Statistik%20ITP.pdf>
- Durianto, & Darmadi. (2007). *Strategi Menaklukan Pasar*. Yogyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Feldwick, P. (1996). Do We Really Need "Brand Equity"? *Journal of Brand Management*, 9.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* (2 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firlana, F. (2015). Pengaruh *Brand Loyalty* dan perceived quality terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga merek Adidas. *Segmen - Manajemen*.
- Gaspersz, V. (2009). *Total Quality Management* (Vol. 5). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (4 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarti, D. N. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Haris, A., Suharyono, & Arifin, Z. (2017). Pengaruh ekuitas merek terhadap minat beli dan dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada pengguna Kartu Perdana Simpati Khusus Internet di GraPARI Telkomsel Cabang Kota Malang)”. . *Skripsi*.
- Hermawan, D. A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Group.
- Kartajaya, H. (2004). *On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Keller, K. L. (2003). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (2 ed.). New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler, & Philip. (2000). *Marketing Management* (Milenium ed.). New Jersey: Prentice Hall Intl, Inc.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. New Jersey: Business & Economics, Prentice Hall.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (H. Teguh, & R. A. Rusli, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Molan, Trans.) Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management. Upper Saddle River, N.J.* Pearson Prentice Hall.

- Levine, D. M., Stephan, D. F., Krehbiel, T. C., & Borenson, M. L. (2008). *Statistics for Managers Using Microsoft Excel* (5th ed.). New Jersey: Pearson Edition.
- Malthotra. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation* (Vol. 6). New Jersey: Pearson Education.
- Matsunaga, M. (2010). *How to factor-analyze your data right: do's, don'ts and how-to's. . International journal of psychological research*. Colombia: Universidad de San Buenaventura.
- Mendrika, S. G. (2017). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli Ulang Oriflame. *Skripsi*, 6.
- Mendrofa, W. A. (2014). Pengaruh *Brand Equity* Sari Roti Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kelurahan Titi Rantai Medan. *Skripsi*.
- Nugroho, A. (2008). *Analisis Faktor Penentu Kinerja Sistem Just In Time Dengan Metode Analytoc Network Process (Studi Kasus Di Pt. Nippon Indosari Corpindo)*. Bogor: Library Bogor Agricultural University (Online). Retrieved September 7, 2018, from (Studi Kasus Di Pt. Nippon Indosari Corpindo): <http://repository.ipb.ac.id>
- Oentoro, J. V., & Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh *Brand Equity* terhadap Purchase Intention Konsumen pada produk PC tablet Apple Ipad di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2.
- Oentoro, J. V., & Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh *Brand Equity* terhadap Purchase Intention Konsumen pada Produk PC tablet Apple Ipad di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4.
- Pramono, A. A. (2011). Analisis Pengaruh Elemen - elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Notebook Toshiba Di Semarang. *Skripsi*, 35.
- Qurniati, R. (2018, Oktober 29). *Produk Unggulan Sari Roti*. Retrieved Oktober 29, 2018, from SARI ROTI INDONESIA (Roti sehat untuk keluarga): <http://nipponindosari.blogspot.com/p/produk.html>
- Rangkuti, F. (2002). Teknik Mengelola *Brand Equity* dan Strategi Pengembangan Merek (Plus Analisis Kasus dengan SPSS). *The Power Of Brands*, 40.
- Ratnasari, & Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, & Bougie. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (5th ed.). United States: John Wiley & Sons Ltd.
- Setiaji, B. W. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain dan Limited Edition Produk T-Shirt Terhadap Minat Beli. 24.
- Setyaningsih, R. (2008). Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi ekuitas merek untuk meningkatkan minat beli ulang (Studi kasus pada Kedai Kopi DOME di Surabaya). *Skripsi*.
- Suarna, I. F. (2016, Juli). Analisis Ekuitas Merek Sari Roti di Bandung. *Jurnal Ekubis, 1*. Retrieved Juli 14, 2019, from [https://www.researchgate.net/publication/318531024\\_Analisis\\_Ekuitas\\_Merek\\_Sari\\_Roti\\_di\\_Kota\\_Bandung](https://www.researchgate.net/publication/318531024_Analisis_Ekuitas_Merek_Sari_Roti_di_Kota_Bandung)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (Vol. 13). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (Vol. 13). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar - Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media.
- Swashta, B., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistic (5th ed)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Tentang Sari Roti*. (2018, September 7). Retrieved from Sari Roti Web Site: <https://www.sariroti.com/tentang-sari-roti/>
- Tjiptono. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Vol. 11). Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Widjaja, M., Wijaya, S., & Jokom, R. (2007). Analisis Penelitian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3, 90.
- William, C., & Japariato, E. (2014). Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap minat beli konsumen ice cream di De Boliva Surabaya. *Skripsi*.
- Wulansari, A. (2013, Maret). Pengaruh *Brand Trust* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1. Retrieved Juli 14, 2019, from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/viewFile/2967/5811>
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh *Brand Trust* dan *Perceived Quality* terhadap keputusan pembelian ulang produk sari roti (Studi pada konsumen di perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Skripsi*.
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh *Brand Trust* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1 No 2*, 1. Retrieved September 7, 2018, from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/viewFile/2967/5811>
- [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com). (2018, September 7). Retrieved September 7, 2018, from Top Brand Award: <http://www.topbrand-award.com>

