DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity, Capitalyzing on the Value of a Brand Name.* The Free Press : New York.

Aaker, David A. 1996. *Building Strong Brands* 1 st ed., The Free Press : New York.

Aaker, David A. and L. Keller. 1990. *Consumer Evaluations of Brand Extention*. Journal of Marketing, 54 (Januari), 27-41.

AriWidodo, Bagus. 2010. *Study mengenai pengaruh kepercayaan merek serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian jasa Pendidikan Pasca Sarjana (S2) (Studi kasus Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang).* Tesis Tidak di Publikasikan. Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Assael, Henry. 1998. *Consumer Behaviour and Marketing Action* New York : South Western College Publishing.

Assael, Henry. 2001. *Consumer Behaviour and Marketing Action* 6th ed., Thompson, New York : USA.

Bendixen, Mike T. 1993. *Advertising Effects and Effectiveness.* European Journal of Marketing, Vol.27, No.10.

Chrisdiawan Satriyo N. 2010. *Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah di Diploma III FE Undip.* Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Dewa, Ndaru Kusuma. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kaus StarOne di Area Jakarta Pusat).* Tesis Tidak di Publikasikan. Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Dwityanti, Esthi. 2008. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri Studi Kasus Pada karyawan Departemen Pekerjaan Umu Jakarta,* Semarang. Universitas Diponegoro.

Doods, Monroe danGrewal. 1991. *Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluations.* Journal of Marketing Research, Vol.28, No.3.

Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman. 2004. *Brand Equity Ten (strategi memimpin pasar)*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Eko Indrajit. 2006. *Manajemen Perguruan Tinggi Modern.* Yogyakarta : Penerbit Andi.

Ferdinand, Augusty. 1999. *Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage.* Unpublished DBA Thesis. Soutern Cross. Lismore. Australia.

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2006. *SPSS Parametrik.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Gajahmada.

Kertajaya, Hermawan. 2004. *Positioning Diferensiasi Brand.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Keller, Kevin L. 1998. *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*1st ed., Prentice-Hall, Inc : New Jersey.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta : Prentice Hall International Edition.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 2. Edisi Milenium. Jakarta : Prentice Hall International Edition.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 2. Edisi XI. Jakarta : PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran.* Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.

Loudon, David L. And Dela Bitta, Albert J. 1993. *Consumer Behaviour, Concept and Application* 4th ed., McGraw-Hill, Inc : New York.

Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen.* Edisi Kelima. Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Pujadi, Bambang. 2010. *Studi tentang pengaruh citra merek terhadap minat beli melalui sikap terhadap merek (kasus pada merek pasta gigi ciptadent di semarang),* Semarang. Tesis Universitas Diponegoro.

Schiffman, L dan Kanuk, L. 2008. *Perilaku Konsumen.* Edisi Ketujuh. Jakarta : PT. Indeks.

Shimp, T. A. 2003. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Edisi Kelima. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

Santoso, Singgih. 2000. *Statistik Parametrik.* Jakarta : PT. Elex Media Computindo.

Stanton, William J, et al. 1991. *Fundamental of Marketing* 9th ed. McGraw-Hill, Inc : United States of America.

Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung. Alfabeta.

Swastha, Basu. 1998. *Asas-Asas Marketing.* Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa.* Edisi Pertama. Bayu Media Publishing : Malang.

Zeithami, Valerie A. 1988. *Defining and Relaying Price, Perceived Quality, and Perceived Value.* Marketing Science, Institute. Cambridge. MA Reporr No. 87-101.

www.feundip.com/S2 diakses 11 Februari 2014

www.mm.undip.ac.id diakses 13 Februari 2014

www.pasca.undip.ac.id diakses 13 Februari 2014

www.fe.undip.ac.id diakses 12 Februari 2014

www.wikipedia.com diakses 08 Februari 2014