

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. Measuring Brand Equity Across Products and Markets. Calf. Manage. Vol. 38, No. 3
- Alamgir, Moh. Shamsuddoha, Moh & Nedelea, Alexandru. 2010. Influence Of Brand Name On Consumer Decision Making Process- An Empirical Study On Car Buyers, Vol. 10, No. 2(12), 2010.
- Algifari. 2000. Analisis teori Regresi: Teori Kasus dan Solusi. Yogyakarta :BPFE.
- Alma, Buchari. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Chan, Arianis. 2012. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia. Vol.6, No.1:43-58
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Toni Sitinjak. 2001. Strategi Menaklukan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka
- Durianto, Darmadi, dan Budiman, 2004. Brand Equity Ten, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fayrene, Chieng & Lee, Goi Chai. 2011. Customer-Based Brand Equity : A Literature Review, Vol. II, No. 1, 2011
- Killa, Maklon Felipus, (2008). Pengaruh Pembelanjaan Periklanan dan Promosi pada Harga dan Ekuitas Merek. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol.23 No.4, 2008
- Knap, Duane E. 2002. The Brand Mindset. Andi. Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2005, Manajemen Pemasaran, edisi 11. Jakarta: Prenhanllindo.
- \_\_\_\_\_ .2007, Manajemen Pemasaran, edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ .2009, Manajemen Pemasaran, edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Martono, N. (2010). Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Muawiyah Ramly, Andy. 2009. Peta Pemikiran Karl Marx. Jakarta : LKis

- Nigam, Ashutosh & Kaushik, Rajiv. 2011. Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions: An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana, Vol. 12, 2011.
- Oliver, Richard L, 1997, Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer, McGraw-Hill: New York
- Purwanto S.K., S. 2012. Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2004. The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rizky, A. & Pantawis, S. 2011. Pengaruh Sikap Merek dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek : Studi pada Pasar Handphone Nokia di Kota Semarang, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol.23, No.4:416-430
- Sadat, Andi M, 2009. Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan, Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. 2001. Remarketing for Business Recovery, Sebuah Pendekatan Riset. Jakarta: Gramedia PU.
- Soekidjo Notoatmodjo. 2003. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2005. Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Ke-VII, Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Brand Management & Straregy. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.
- Wijaya, Tony. 2013. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta : Graha Ilmu.

## Situs

[www.9to5mac.com](http://www.9to5mac.com)

[www.anugrahjaya.com](http://www.anugrahjaya.com)

[www.jjlifeblog.wordpress.com](http://www.jjlifeblog.wordpress.com)

[www.samsung.com](http://www.samsung.com)

[www.teknojurnal.com](http://www.teknojurnal.com)

[www.android.com](http://www.android.com)

[www.samsung.com/id/-aboutsamsung](http://www.samsung.com/id/-aboutsamsung)

<http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/corporateprofile/valuesphilosophy.html>

<http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/corporateprofile/vision.html>

[ttp://www.osnews.com](http://www.osnews.com)

Universitas Tanjungpura