DAFTAR PUSTAKA

Arianis Chan.(2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen: Study Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis , 6* (1), 34-58.

Dahmiri (2008). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Perumahan Grya Kembar Lestari Kota Jambi. *94, 21-28*

Dewi Urip Wahyuni. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 10 (1),30-37.*

Djaslim Saladin, Herry Achmad Buchory. 2010. *Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.

Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Etta Mamang Sangadji., Sopiah. (2010). *Metode Penelitian.* Yogyakarta*:* andi Offse

Fadli & Inneke Qamariah. (2008). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor ekuitas Merek Sepedah Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Universitas Sumatra Utara). *Jurnal Manajemen Bisnis 1(2),48-58.*

Keller, kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: PT. Macanan jaya cemerlang.

Philip kotler, keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Freddy Rangkuti (2009). *The Power Of Brands.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, Leon., & Lazar, Leslie. (2008) . *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks.

Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunarto Prayitno. (2010). Analisis Dampak Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Penciptaan Ekuitas Merek. *Journal Of Strategic Communication 1 (1).91-112.*

Suryana Sumantri. (2012). Perilaku Konsumen. Bandung: Quantum Quality International.

Uma, Sekaran. (2006). *Research Methods For Businnes.* Jakarta : Salemba Empat.