

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Budiasih, Yanti. (2014). *Dimensi Ekuitas Merek (Brand Equity) dan Keputusan Pembelian Mie Cepat Saji di Kota Depok*. Jurnal Liquidty Vol.3, No.1, Januari-Juni 2014, hlm.77-85.
- Darvis, Friska. (2016). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Greenlight Cabang Buah Batu Bandung*. Skripsi pada program studi Manajemen pemasaran. Bandung: Universitas Telkom.
- Fitria, Santi Yulia. (2012). *Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Mie Istan Merek Indomie*. Skripsi pada Program Studi Manajemen. Padang: Universitas Andalas
- Florian, Stahl, Mark Heitman, Donald R & Scott A. Neslin. (2012). *The Impact of Brand Equity on Customer Acquisition, Retention, and Profit Margin*. Jurnal of Marketing Vol. 76 (July2012) 44-63.
- Fona, Kusuma. (2013). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Notebook Sony Vaio do Kota Bandung*. Jurnal pada program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Bandung: Universitas Telkom.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.

Gobel, Agriani. (2012). *Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla Cabang URIP di Makassar*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Makasar: Universitas Hasanuddin.

Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. Jakarta: Media Presindo.

Indomie. (2016). *Sejarah Perusahaan Indomie*. Diakses pada tanggal 23 September 2016, dari [www. Indomie. Com](http://www.Indomie.Com)

PT. Indofood Sukses Makmur. (2016). *Produk yang dihasilkan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Dan Struktur Organisasi Perusahaan*. Diakses pada tanggal 23 September 2016, dari [www. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.](http://www.PT.IndofoodCBPSuksesMakmurTbk)

Irianto, Agus. (2006). *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Prenada Media.

Kartono.(2007). “*Analisis Perbandingan Brand Equity Indomie dengan Mie Sedap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Semarang)*”.Sripsi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.

Kayaman, Ruchan & Eastern, Huseyin Arasli. (2010). “*Customer based brand equity: evidence from the hotel industry*”. Jurnal Mediterranean University Gazimagusa Turkey.

Khasanah, Imroatul. (2013). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang*. Skripsi pada program studi Ekonomi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management (3rd)*. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14e Global Edition*. Pearson Education.

Kotler, Philip., and Keller, Lane K.. (2013). *Manajemen Pemasaran, Ed13. Jilid 1*. Jakarta:2013.

Kompasiana. (2016). *Konsumsi Mie Instan masyarakat Indonesia*. Diakses pada tanggal 26 September 2016, dari http://www.kompasiana.com/kadirsaja/konsumsimieinstanmasyarakatindonesia_54f36ad4745513902b6c743b.

Kurniawan, Albert (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

Kyungnam, Janghyeon Nam & Whyatt, Yuksel Ekinci Georgina.(2010). “*Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction*”. Jurnal University South Koreadan Oxford Brookes University UK.

Nugraha, Agung. (2014). *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mie Sedaap)*. Skripsi pada pada program studi Manajemen. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Philip, K., & Keller, K. L. (*Marketing Management*). 2009. Pearson.
- Rahmadhano, Ravie. (2014). *Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Peter Say Denim (PSD) di Kota Bandung*. Skripsi Ilmu Administrasi Bisnis. Bandung: Universitas Telkom.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama.
- Riduwan.(2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, &Kuncoro, E. A. (2011).*Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rinta, Niary. (2009). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Goreng (Studi Pada Mahasiswa Reguler Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Sangadji dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen. Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono (2012).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatifdan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.

Sunyoto, Danang (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemendan Strategi Merek*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Top Brand Indonesia. (2016). *Top Brand Indeks dan Top Brand Award Mie Instan*. Diakses pada tanggal 26 September 2016, dari www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2

Top Brand Indonesia. (2016). *Top Brand Indeks dan Top Brand Award Mie Instan*. Diakses pada tanggal 26 September 2016, dari http://www.topbrandaward.com/topbrandsurvey/surveyresult/top_brand_index_2015_fase_1