DAFTAR PUSTAKA

Buku

Aaker, David. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing of the value of a Brand Name*. New York: The Free Press.

Ambader, et al. (2007). *Mengelola Merek*. Jakarta: Niaga Swadaya.

Durianto dkk.(2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*.Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.

Ikbar.(2012).*Metode Penelitian Sosial Kualitatif*.Bandung:PT Refika Aditama.

Kotler.(2008).*Prinsip-prinsip pemasaran*.Jakarta:Penerbit Erlangga.

Putra.(2011).*Penelitian Kualitatif*.Jakarta:PT.Indeks.

Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono.(2008).*Metode Penelitian Administrasi*.Bandung: Alfabeta.

Sekaran.(2011). *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis.*Jakarta: Salemba Empat.

Wijatno.(2009).*Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif, dan Ekonomis.*Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal Nasional

Akbarsyah.(2012).*Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Joytea Di Kota Bandung*.Jurnal IM Telkom. Tersedia: 2012

Asnawi.(2009).*Analisis Literatur Hubungan Private Label Kesadaran Merek dan Citra Merek dan Penerapannya dalam Industri Hipermarket*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 72-86, Tersedia: Maret 2009.

Damayanti dkk. (2012).*Hubungan antara Brand Awareness Dengan Motivasi Pembelian*. eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol 1 No.1, 1-15.

Ilmiyati._. *Pengaruh Kepercayaan Merek (Brand Trust) dan Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Pond's*. Jurnal Universitas Gunadarma Jakarta.

Jurnal Internasional

Bertsch.(2011). *The Effect of Wellness Brand Awareness on Expected and Perceived Service Quality.*Tourismos: An International Multidiciplinary Journal of Tourism Vol 6.

Homburg.(2010).*Brand Awareness in Business Markets: When Is It Related To Firm Performance?*.Forthcoming IJRM Vol 27.

Macdonald.(2000). *Brand Awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product: A Replication.*Journal of Business Research 48, 5-15.

Romaniuk dkk.(2004).*Brand and Advertising Awareness: A Replication and Extension of a Known Empirical Generalisation.*70-80.Australasian Marketing Journal 12.

Internet

http://www.imtelkom.ac/id/ diakses pada tanggal 3 Desember 2012.

http://www.webometrics.info diakses pada tanggal 3 Desember 2012

Sumber Lain

Destiana.(2012). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia Di Kota Bandung.* Skripsi pada Institut Manajemen Telkom: tidak di terbitkan.

Farida. (2007). *Analisis Tingkat Brand Awareness Honda Genuine Parts (HGP) pada Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda.*Skripsi pada Institut Manajemen Telkom: tidak di terbitkan.

Lestari.(2012). Pengaruh Komponen Daya Tarik Iklan AXIS "Internet Gaul" Pada Media Televisi Terhadap *Brand Awareness* Pada Audiensi Kota Bandung.. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom: tidak di terbitkan.

Ulum.(2010). *Analisis Brand Awareness dan Efektivitas Komunikasi Iklan Media Televisi Tory Cheese Cracker Versi "Berjoget dan*

*Bernyanyi" Menggunakan Epic Model Pada Anggota Forum Internet Kaskus.us.*Skripsi pada Institut Manajemen Telkom:diterbitkan.

Utami.(2011). *Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Brand Awareness*.. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom: tidak di terbitkan.