

DAFTAR PUSTAKA

- A.Aaker, David. dan McLoughlin, Damien. 2010. *Strategic Market Management*, Jakarta: Global Perspectives.
- Djoko. Dwi Kusumayanto dan Willy. Dwi Wahyu S, 2009. “Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Notebook ACER (Studi pada Pengguna Fasilitas *Hotspot* Kafe Aquanos Kota Malang)” Malang: Universitas Negeri Malang.
- Fadli dan Qamariah. Inneke. 2008. “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Universitas Sumatera Utara)”, Jakarta: Jurnal Bisnis Manajemen.
- Fanny. Wati Liliana, 2008. “Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang Laptop Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Kalimantan”, Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Hanggadhika. Hardian, 2010. “Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Handphone Merek Nokia di Semarang”. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Kotler. Philip dan Keller. Kevin Lane. 2012. *Marketing Management Edition 14e*, England: Pearson.
- Kotler. Philip dan Pfoertsch. Waldemar. 2010. *Ingredient Branding : Making the Invisible Visible*, Jakarta: Springer.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jakarta: Indeks.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw, 2008. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI

Sekaran. Uma. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Jakarta: Salemba Empat

Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie Lazar, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Pearson Education Inc.

www.antara.co.id

www.rim.com

www.sripoku.com

Zulganef, 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.