

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996a). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. (1996b). Measuring Brand Equity across Products and Markets. Dalam *California Management Review*, 38 (3), 102-120. Diunduh tanggal 7 Desember 2014, dari <http://connection.ebscohost.com/c/articles/9606195522/measuring-brand-equity-across-products-markets>.
- Fardiani, A. N. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Panadaran Semarang*. Diunduh pada 3 September 2014, dari <http://eprints.undip.ac.id/38724/1/FARDIANI.pdf>
- Keller, K. L. (1993). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*. Dalam *Journal of Marketing*, 57, 1-22. Diunduh tanggal 15 Februari 2014, dari <https://faculty.fuqua.duke.edu/~moorman/Marketing-Strategy-Seminar-2013/Session%203/Keller.pdf>.
- Keller, K.L., dan Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid ke-1. (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Korchia, M. (2004). *Brand Image and Brand Association*. Diunduh tanggal 15 Februari 2014, dari <http://watoowatoo/net/mkgr/>.
- Kristanti, A. J. (2013). *Tepat Pangsa Pasarnya, Roti Teja-Nanik pun Meraja*. Diunduh tanggal, 3 September, 2014, dari <http://peluangusaha.kontan.co.id/news/tepat-pangsa-pasarnya-roti-teja-nanik-pun-meraja>

- Rizky, A., dan Pantawis, S. (2011). Pengaruh Citra dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek (Studi pada Pasar *Handphone* Nokia di Semarang). Dalam *Jurnal Dinamika Sosial dan Ekonomi*, 7(2), 181-196. Diunduh tanggal 22 Februari 2014 dari <http://www.share-pdf.com/2014/1/27/b8f30b54dd0244a1be0fbc86ddb7634b/32-141-1-PB.htm>
- Saksono, H dan Monalisa. (2012). *Bread Consumption in Indonesia Highest amongst 11 Countries*. Diunduh tanggal 12 Februari 2014, dari <http://en.indonesiainancetoday.com/read/11659/Bread-Consumption-in-Indonesia-Highest-Amongst-11-Countries>.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business* Buku 2. (4th ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Subekti, A. Y. (2010). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek Susu Cair Dalam Kemasan Indomilk*. Diunduh tanggal 15 Februari 2014, dari <http://eprints.undip.ac.id/22808/>
- Sugiharti. (2012). Membangun Citra Merek Yang Positif dalam Rangka Menciptakan Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan. Dalam *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1 (1), 54-64. Diunduh tanggal 5 Agustus 2014, dari <http://www.amaypk.ac.id/downloads/download/29>
- Yoo, B. dan Donthu, N. (2001). Developing and Validating a Multidimensional Consumer Based Brand Equity Scale. Dalam *Journal of Business Research*, 52 (1), 1-14. Diunduh tanggal 13 September 2014, dari

http://people.hofstra.edu/Boonghee_Yoo/papers/2001_JBR_Brand_Equity_Scale.pdf

Yoo, B., Donthu, N. dan Lee, S. (2000). An Examination of Selected Marketing Mix Element and Brand Equity. Dalam *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (2), 195-211. Diunduh tanggal 6 Juni 2014, dari <http://jam.sagepub.com/cgi/content/abstract/28/2/195>

