



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawi, H. (2006). *Manajemen Risiko. Cetakan kesepuluh*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Keller, L. K. (2013). *Strategic Brand Management Fourth Edition*. Boston: Pearson
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing Fiveteen Edition*. Boston: Pearson
- Sciffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. Boston: Pearson
- Wiedenfels, G. (2009). *Trust of Potential Buyers in New Entrepreneurial Ventures*. Wiesbaden: Gabler.
- Yasa,I.W.,Dharma, I.G., & Sudipta, I.G. (2013), Manajemen Risiko Operasional dan Pemeliharaan. *Jurnal Spektran*.
- Zaheer, A., Bachmann, R. (2006). *Handbook of trust research*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc

Sumber :

http://pustakahpi.kemlu.go.id/dir_dok/merek.pdf

<http://www.ojk.go.id/undang-undang-nomor-2-tahun-1992-tentang-usaha-perasuransian>

http://www.bapepam.go.id/perasuransian/regulasi_asuransi/pp_asuransi/PP_73_Tahun_1992.pdf

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A