



### **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

Canon, Joseph P. 2009. *Basic Marketing 17<sup>th</sup> Edition*. New York : McGraw-Hill

Kertajaya, Hermawan. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook: Brand Operation*. Jakarta: Esensi

Kotler, Phillips and Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing 13<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Pearson Education

Keller, K. L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (3<sup>rd</sup> Edition)*. New Jersey : Pearson Prentice Hall

Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4<sup>th</sup> Edition)*. England: Pearson Education Limited.

<http://www.yuswohady.com/2010/12/04/consumer-3000/>, diakses 17 september 2014

<http://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/produk-domestik-bruto-indonesia/item253>, diakses 17 September 2014



**LAMPIRAN**

UMN