

DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. (2007). *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasi*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchari, Alma. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Freddy, Rangkuti. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Hasibuan, Malayu SP. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran 2*, Edisi Millenium. Jakarta: PT Ikrar Mandiri.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009) Edisi Bahasa Indonesia, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. PT Indeks.
- Marzuki. (2005). *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekosiana.
- Puji Isyanto, H. Sonny Herson, Rama Darmawan. (2012). *Analisis Citra Merek Produk IM3: Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*. Jurnal Manajemen Vol. 1(1) 2012 1-9.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Stanton, William. (2001). *Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Sundaru Dadu. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Zuriah, Nurul. (2007). *Metodologi Penelitian, Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

