

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adamson, Allen. 2006. *How The Best Brands Keep It Simple And Success*.
New York :Palgrave MacMillan.

Alma, Buchari.2007.*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.Bandung:
Alfabeta

Desigrippes,Joel and Gobe. 2007.*On The Emotional Experience*.New York :
Skyhorse Publishing Inc.

Gobe, Marc. 2010. *Emotional branding: the new paradigm for connecting
brands to people*. New York : Skyhorse Publishing Inc.

----- . 2005. *Emotional Branding : Paradigma Baru untuk
Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*.Jakarta : PT. Erlangga

Marty, Yevis.2010.*Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value,
dan Customer Depencity*.Bandung : Alfabeta

Masyhuri dan Zainuddin.2008.*Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan
Aplikatif*.Malang : Refika Aditama

Philip, Kotler dan Keller.2011.*Marketing Management 14 Ed*.Harlow:Pearson
Education Gate

- 2007.*Manajemen Pemasaran Edisi 12*.Jakarta : PT.Indeks
- Riduwan.2009.*Metode dan Teknik Menyusun Tesis*.Bandung : Alfabeta
- Riduwan; Kuncoro, Ahmad. 2007. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta
- Soegoto, Eddy.2008.*Marketing Research The Smart Way To Solve A Problem*.Jakarta : Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Umar, Husein.2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, Tony.2009.*Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*.Yogyakarta :UAJY
- Zikmund, William. 2010.*Business Research Method 8th Edition*.Canada:Cengage Learning.
- Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta, Graha Ilmu

Jurnal

Haj, Ali dkk. 2011. *A Pioneer Model with a New Application: Role of 3c Strategy in Emotional E-branding. International Journal of Business and Social Science*. vol2 no 20. 136-140.

Mutyalestar, Akari. (2009). *Pengaruh Emotional Branding Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen. Jurnal Bisnis dan Manajemen*, (vol X no.2), 124-141.

Sola, Rode. 2010. *Pengaruh Emotional Branding Terhadap Kepercayaan dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Pengambilan Keputusan Pemakaian Jasa Kesehatan Oleh Komunitas Diabetes RS. Telogorejo*, 3.

Thompson, Craig. (2006). *Emotional Branding and The Strategic Value of The Doppelganger Brand Image. Journal Of Marketing*, (vol 70), 50-64.

Internet

www.google.com [1 November 2011]

www.statcounter.com [1 November 2011]

www.wikipedia.com [1 November 2011]