

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1997. Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek. Spectrum, Jakarta
- Arikunto, S. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta
- Assauri, S. 2002. Manajemen Pemasaran Dasar-Dasar, Konsep dan Strategi, Edisi Pertama, Cetakan Tujuh. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Assauri, S. 2007. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta
- Asosiasi Produsen Pupuk Indonesia, 2013. Data Konsumsi Pupuk Indonesia Tahun 2007-2012. Jakarta: Asosiasi Produsen Pupuk Indonesia
- Badan Pusat Statistik, 2013. Jumlah Tenaga Kerja Menurut Pekerjaan Utama. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Erlangga. Jakarta
- Buddhisatyani, I. 2013. Kajian Preparasi Dan Kondisi Optimum Eksteaksi Bionutrien Berbasis Tanaman SO-23. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi
- Citra, D. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Komplain Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Metode *Structural Equation Modelling*. Malang. FTP. Universitas Brawijaya. Skripsi
- Charles W. Lamb .2000. Pemasaran: Edisi pertama. Salemba Empat . Jakarta
- Chin, S.W; Robert, A.P and Steven, P.B. 2008. *Structural Equation Modeling In Marketing: Some Practical Reminders*. Journal of Marketing Theory And Practice. Vol 16 No. 4
- Dewi, Yola Fitria, 2011. Analisis Kepercayaan Merek Petani Pada Pupuk Organik Merek “Super Petroganik”. Malang. FP. Universitas Brawijaya. Skripsi
- Dharmesta, B. S. 2002. Azas-azas Marketing. Liberty. Yogyakarta
- Durianto, D., Sugiarto dan T Sitinjak. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

- East, R. 1997. *Consumer behavior*. Prentice Hall. London
- Farida, A. 2009. Analisis Hubungan Antara Bauran Pemasaran Dengan Ekuitas Merek “Mie Jogja Pak Karso” Dengan Metode SEM (*structural equation modeling*). Malang. FTP. Universitas Brawijaya. Skripsi
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen. Badan Penerbit UNDIP. Semarang
- Ferrinadewi, E. 2008. Merek & Psikologi Konsumen. Edisi 1, Cetakan pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2005. *Structure Equational Modellung*, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54, Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Hadisuwito, S. 2012. Membuat Pupuk Organik Cair, AgroMedia Pustaka. Jakarta
- Hajipour, Bahman, Belgheys Bavarsad, Seyede Elham. 2013. *Effect of Marketing Factors on Brand Relationship Equity and Affects the Customers' Purchase Intention*. Journal of Management Research. Vol. 5, No. 1
- Handayani, Desy & dkk. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Esensi Erlangga Group. Jakarta
- Haryanto, D. 2006. *Brand Equity: The Way to Boost Your Marketing Performance*. <http://www.mqc.cjb.net>. Tanggal akses 25 Januari 2014
- Jogiyanto. 2008. Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta
- Kementrian Pertanian. 2009. Penyuluhan Pertanian Indonesia. Jakarta
- Kotler, P. 1990. Manajemen Pemasaran : Edisi IV Intermedia. Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2004. Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta

- Latan, Hengky. 2013. Model Persamaan Struktural ; Teori dan Implementasi AMOS 21.0. Alfabeta. Bandung
- Mc Carthy, J. 2000. *Essentials Of Marketing A Global-Managerial Approach*. McGraw-Hill. USA
- Mulyadi. 2000. Akuntansi Biaya, Edisi Lima, Cetakan Kedelapan. Aditya Media. Yogyakarta
- Nastiti, Rizki. 2013. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Malang. FTP. Universitas Brawijaya. Skripsi
- Santoso, Y dan Ronnie, R. 2007. *Brand* Sebagai Kekuatan Perusahaan Dalam Persaingan Global. Journal Of Business and Management. Vol. 3 No. 2
- Simamora, B. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sugiyono. 2008. Statistika untuk Penelitian. Alfa Beta. Bandung
- Supphellen, M. 2000. "Understanding Core Brand Equity: Guideliness for in depth Elicitation of Brand Associations," *International Journal of Market Research*, 42 (3): 319-331
- Suryani, T. 2003. Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Susanto, A.B dan Wijanarko, H. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Quantum Bisnis & Manajemen. Jakarta
- Sutanto, R. 2002. Penerapan Pertanian Organik. Pemasarakatan dan Pengembangannya. Kanisius. Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2000. Prinsip & Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta
- Waluyo, M. 2011. Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modeling (Untuk Aplikasi Model dalam Penelitian Teknik Indusrti, Psikologi, Sosial dan Manajemen). PT. Indeks. Jakarta
- Wardana, H. 2014. Mereka Lansia Mereka Berdaya. <http://lifestyle.kompasiana.com/catatan/2014/05/29/mereka-lansia-mereka-berdaya-655403.html>. diakses tanggal 14 Februari 2015
- Wijanto, S. H. 2008. *Structural Equation Modeling* Dengan LISREL 8.8. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta

Yu, Jia Hu. 2011. *How Brand Equity, Marketing Mix Strategy And Services Affect Customer Loyalty: The Case Of Retail Chain Stores in Taiwan*. The International Journal of Organizational Innovation, Vol. 4 No. 1

