

Daftar pustaka

- Ardianto dan Soemirat. 2004. Dasar-Dasar *Public Relations*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.**
- M.A,Morrison. 2008. Manajemen *Public Relation*.Edisi Pertama.Kencana Permada Media Grup.Jakarta.**
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.**
- _____. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.**
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.**
- Ruslan, Rosady. (2003). Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi. Jakarta. Raja Grafindo Persada.**
- Ruslan, Rosady. 2005. Manajemen *Public Relations* & Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.**
- Ruslan, Rosady. 2006. Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.**
- Jepkins, Frank, "Public Relations Untuk Bisnis", Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1994.**
- Efendy, O. Onong,"Hubungan Insani", Remaja Karya, Jakarta, 1988.**
- Katz, Bernase,"Bagaimana Mema-sarkan Jasa Profesional", Binaman Pressindo, Jakarta, 1991.**

Rogers, M. Everest et. Al, "*Comunication of Innovations*", Remaja Karya, Jakarta, 1981.

Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sumber Buku: 1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). Edisi 13. Jilid I. Manajemen Pemasaran. Jakarta:Erlangga. 2. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). Edisi 13. Jilid II. Manajemen Pemasaran. Jakarta:Erlangga.

Aaker, David. A. 2001. *Managing Brand Equity. Capitalizing on the Value of a Brand Name*.The Press. New York.

Durianto, Darmadi, Sugiarto, Toni Sitinjak,. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Hoeffler, Steve., Keller, Kevin Lane. 2003. The Marketing Advantages of Strong Brands. *Brand Management*, Vol. 10, No.6.

Kotler. Philip. 2008. *Marketing, Planning, Implementing and Analyzing*, Millennium Edition. Prentice Hall.

Low, George S., Lamb Jr, Charles W. 2000. The Measurement and Dimensionality of Brand Associations, *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 9 No. 6.

Nicollino, Patricia. F. 2004. *The Complete Ideal Guide: Brand Management*. Prenada. Jakarta.

Yoestini dan Rahma, Eva. S, 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*: 261-276.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2007) *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi 12.

Sumber lain :

<http://binaukm.com/2010/07/peluang-usaha-jasa-ekspedisi-bag-1/>

<http://mutiaralumpur.blogspot.com/2011/10/citra-merek-brand-image.html#ixzz41Zq1qWBn>

BDO/LEARNING/NITA,<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/155534b46eb42ef1>, pihak JNE memberikan data profil JNE .