

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, Nimas Novi Dwi. 2013. *Perusahaan Indonesia Belum Banyak yang Paham Corporate Brand Value*. <http://swa.co.id/business-strategy/perusahaan-indonesia-belum-banyak-yang-paham-corporate-brand-value>(diakses tanggal 22 Nopember 2014).
- Brand Finance. 2014. "Explanation of the Methodology". <http://brandirectory.com/methodology> (diakses tanggal 15 Januari 2020).
- Christianto, Yehezkiel Setiawan. 2014. "*Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tingkat Inflasi, Nilai Kurs Rupiah, terhadap Harga Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008 s/d 2011)*". Tesis (abstrak), Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Edmans, Alex. 2011. "Does the Stock Market Fully Value Intangibles? Employee Satisfaction and Equity Price". *Journal of Financial Economics* (101). pp 621-640
- Elton, Edwin J., Martin J. Gruber, Stephen J. Brown, William N. Goetzmann. 2014. *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis*. Edition 9th. Wiley. New York.
- Eryigit, Canan and Mehmet Eryigit. 2014. "The Impact of Brand Value on Stock Price". *International Conference on Business, Economic and Accounting*. Hongkong. 26-28 March 2014.
- Fakhrudin, M; M Firmansyah dan M. Sopian Hadianto. 2001. *Analisis Teknikal Saham dengan Metastock*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Hartono, Jogiyanto, 2010, *Studi Peristiwa: Menguji Reaksi Pasar Modal Akibat Suatu Peristiwa*, Edisi 1. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Hartono, Jogiyanto, 2013, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 8. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Hsu, F. J., Wang, T. Y., & Chen, M. Y. (2013). The Impact of Brand Value on Financial Performance. *Advances in Management & Applied Economics*, 3(6), 129–141.
- Husnan, S. (2009). *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas* (4th ed.). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

- Indriani, E., Karim, N. K., Hudaya, R., Widiastuti, & Mariadi, Y. (2018). Corporate Brand Value dan Nilai Saham Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 17(1), 1–16.
- Jogiyanto, H. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (9th ed.). Yogyakarta: BPF.
- Kirk, C. P., Ray, I., & Wilson, B. (2013). The impact of brand value on firm valuation: The moderating influence of firm type. *Journal of Brand Management*, 20(6), 488–500.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Suwardjono. (2011). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPF.
- SWA. 2019. "Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands (Photo)" <http://swa.co.id/photos/indonesias-top-100-most-valuable-brands-photo>. SWA online magazine. (Diakses tanggal 27 Oktober 2019).
- Tiwari, Munish Kumar. 2007. "Separation of Brand Equity and Brand Value", *Global Business Review (abstract)*. Vol 11. No.3. 421-434.
- Windarto, & Kurniasih, A. (2016). Pengaruh Corporate Brand Value Terhadap Performansi Saham Pada Perusahaan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. In *Seminar Nasional Akuntansi XIX* (pp. 1–21).