



DAFTAR PUSTAKA

- Ahdah, Rizqiyah (2015). “Pengaruh Identitas Merek, Komitmen Merek, Kecintaan Merek dan Citra Merek terhadap Komunikasi Mulut ke Mulut Produk Perawatan Kulit Natasha Skin Care di Surabaya”. STIE Perbanas Surabaya.
- Blog Otomotif Indonesia, diakses tanggal 1 Maret 2020, <https://tmcblog.com>
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw – Hill/Irwin.
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky (2017), *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPls 5.0*, Edisi ke-3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Delgado, B., Elena, dan Jose (2005). “Does brand trust matter to brand equity?” *Journal of Product & Brand Management*, Vol 13, Number 3 (14/3).
- Farrah, Zatul dan Fajrianti (2005). “Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen”. *Fakultas Psikologi Universitas Airlangga INSAN* Vol.7 No.3.
- Fiani, Margaretha dan Edwin Japarianto (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep’s di kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 1, No.1.
- Ganesh, Jaishankar, Mark J. Arnold, and Kristy E. Reynolds (2000), “Understanding The Customer Base of Services Providers: An Examination of The Differences Between Switchers and Stayers” *Journal of marketing* 64, no. 3, pp. 65-87.
- Halim, Beatrice Clemential (2014). Pengaruh Brand Identity terhadap timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2, No.1-11.
- Indratama, B., Aditya dan Yessy Artanti (2014). “Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan Bank Syariah Mandiri”. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2, No.4.
- Radityani, Amanda dan Monika Kristanti (2007). Analisa Hubungan Brand Strategy yang dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill and Cafe dan Brand Equity yang sudah diterima konsumen. *Jurnal Manajemen Perhotelan Petra*, Vol 3, No.1.
- Lestari, A., Annisa dan Alifah Ratnawati (2018). “Peran Brand Trust dalam memediasi Brand Experience, Brand Personality dan Brand Community terhadap Brand Loyalty”. *EKOBIS* Vol.19, No.2.
- Logo Yamaha, diakses pada tanggal 4 Agustus 2020, <https://www.yamaha-motor.co.id/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Noor, F., Mitha (2014). "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung". Vol 3, No.2.

Pane, M., S., Oon Boy dan Endang (2011). Pengaruh Brand Equity Flash Disk Merek Kingston terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa AMIK MPB Medan. Jurnal Ekonom, Vol 14, No.3.

Saaksjarvi, Maria dan Saeed Samiee (2011). "Relationship among Brand Identity, Brand Image, dan Brand Preference : Differences between Cyber and Extension Retail Brands over Time". *Journal of Interactive Marketing* vol 25, pp. 169 – 177.

Sondoh, Stephen L., Maznah Wan Omar, Nabsiah Abdul Wahid, Ishak Ismail, and Amran Harun (2007), "The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in the Context of Color Cosmetic" *Asian Academy of Management Journal* 12, no. 1, pp. 83- 107.

Tinkir, Cindy Fransica (2014). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 8, No.2.

Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.