



DAFTAR PUSTAKA

- Aulia V 2015, *Manajemen Strategi J.Co Donuts & Coffee*, Universitas Gundarma, diakses 22 May 2016, <http://aulia-velayati.blogspot.co.id/2015/04/manajemen-strategi-jco-donuts-coffee.html>
- Basalamah, Fauzan M. (2010), *Pengaruh Komunitas Merek terhadap Word of Mouth*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, April Vol 17.
- Fetscherin, Marc. (2014), *What Type of Relationship Do We Have With Loved Brands?*, Journal of Consumer Marketing, Vol. 31 Iss: 6/7, pp.430 – 440.
- Fournier, Susan. (1998), *Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research*, Journal of Consumer Research, Maret Vol 24.
- Ghozali, Imam. 2012 “*Aplikasi Analisis Multivariage dengan program IBM SPSS 20*” UNDIP
- Ghozali, Imam. 2012 “*Aplikasi Analisis Multivariage dengan program IBM SPSS 20*”. Edisi Ketujuh. Semarang : UNDIP
- Helena M, Nobre, Kip B, & Carlos B (2010), *Brand Relationships: A Personality-Based Approach*, Journal of Service Science & Management, Juni No 3.
- Isma, N 2015, *J.CO Donuts & Coffee*, diakses 22 May 2016, <http://ismanovianty.blogspot.co.id/2015/12/jco-donuts-coffe.html>
- Kiko 2012, *Franchise J.CO Donuts & Coffee dan Analisis Mengenai Official Website nya*, diakses 15 May 2016, <http://hafri-kiko.blogspot.co.id/2012/11/analisis-alur-bisnis-dan-website.html>

©

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lovelock, Christoper dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. New Jersey USA : Pearson

Moriarty Nancy M., William W (2012), *Advertising & IMC Principle & Practice*, Edisi 9, New York: Pearson.

Moriarty Nancy M., William W (2016), *Advertising & IMC Principle & Practice*, Edisi 10, New York: Pearson.

Prastowo Cahyono H (2014), *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Masiswa Perokok LA LIGHT di Universitas JEMBER*, Artikel Ilmiha Hasil Penelitian Mahasiswa.

Reid, Mike. (2005), *Performance Auditing of Integrated Marketing Communication (IMC) Actions and Outcomes*, Journal of Advertising, Desember Vol 34.

Sugiyono (2015), *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*, Cetakan ke-2 Bandung: Penerbit Alfabeta.

Swardi (2011), *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*, Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No. 1, April 2011

Supriyono (2000), *Sistem Pengendalian Manajemen*, Edisi Ke-1, Buku II,

Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta. Andi.

Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.

T, Duncan. (2008), *Principles of Advertising & IMC*, Edisi 2, Singapore: Mc Graw Hill Irwin.



Hak cipta milik BI KK G, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tulisan ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



Umesh R. Raul, & Pedro Q, Brito (2014), Papers: *An Analysis of Brand Relationship with the Perceptive of Customer Based Brand Equity Pyramid*, University of Porto, Portugal.

Vinatha, D 2013, *food and beverage*, STP Sahid Indonesia, diakses 15 May 2016, <https://vinathadaeng.wordpress.com/program/perhotelan/food-and-beverage/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.