



DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Brakus, J.J., B.H. Schmitt, dan Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73: 52–68.
- Diastiningsih, Ni Putu Julita, dan Gede Agus Indra Tenaya. (2017). Spesialisasi Auditor Sebagai Pemoderasi Pengaruh Audit Tenure dan Ukuran Kap pada Audit Report Lag. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.18*.
- 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.
- Kusuma, Yohanes Surya, (2014), Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya, *Jurnal manajemen pemasaran Petra Vol.2 No. 1*
- Marconi (1993). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *INSAN Vol. 7 No. 3*, Desember 2005
- Oliver, Richard L. (1999), “Whence Consumer Loyalty?” *Journal of Marketing* 63, pp. 33-44.
- Rizani, Muhammad., Dkk. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Setyandani, Fikri Kurnia, Suharyono, dan Aniesa Samira Bafadhal. (2018). Analisis Tingkat Loyalitas Merk Survei Pada Pengguna Sepatu Casual Merk Adidas di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Volume 55 Nomor 2*
- 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

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.



12, no. 1, pp. 83-107.

Buku Teks

Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta

Kotler dan Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson

Website dan Sumber dari Media Internet

<http://indonesianconsume.blogspot.co.id/2013/03/indonesia-pasar-potensial-bagi-industri.html>

<https://brandsite.wordpress.com/2010/12/06/brand-personality/>