**DAFTAR PUSTAKA**

Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. H. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA Vol. 5, No. 3* .

Arifi, M. W. (2016). Pengaruh Ctra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita The Executive di Surabaya.

Ballender, E. D., & Manuera, J. L. (2001). Brand Trust in Context of Customer Loyalty. *Journal of Marketing* , 1238-1258.

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 12*, New York: McGraw – Hills.

Dewi, L. A. (2015). Industri Penerbitan Buku Indonesia : Dalam Data dan Fakta. p.27.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum melalui Kepusan Konsumen sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus pada Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Political Science* , 1-8.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & E. Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis.* Pearson.

Haryono, K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Jakarta Utara. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie* .

Ika, N., & Kustini. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, And Brand Trust And Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business And Accountancy Ventura* .

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing.* United Kingdom: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management .* Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management.* Pearson.

Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Customers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management, Vol. 4, Num. 3* , 188-196.

Mamahir, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* .

Masyarakat Masih Memilih Buku Fisik Daripada *E-book*, https://tirto.id/masyarakat-masih-memilih-buku-fisik-daripada-e-book-cnsn, diakses tanggal 16 April 2019

Penjualan di luar Jawa Gramedia lebih tinggi, https://industri.kontan.co.id/news/penjualan-luar-jawa-gramedia-tumbuh-lebih-tinggi, diakses tanggal 16 April 2019

Profil Gramedia, https://m.merdeka.com/gramedia/profil/, diakses tanggal 16 April 2019

Putra, A. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Lenovo di DIY. 20.

Riadi, E. (2016). *Metode Statistika Parametrik dan Nonparametrik .* Pustaka Mandiri.

Riset Data Dalam Angka, <https://www.ikapi.org/riset/>, diakses pada tanggal 27 Mei 2019

Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 3, No 1*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.

Sinaga, R. O. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Cocorico Cafe & Resto Bandung. *ISSN : 2442-5826* .

Widjaja, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image : A Conceptual Review from the perspective of Brand Communication . *European Journal of Business Management, Vol. 5, No. 31* .