



- Adelia Efendy (2020). Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No. 1-17.
- Beatrice Clemential Halim (2014). Pengaruh Brand Identity terhadap timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2, No. 1-11.
- Chaudhuri & Holbrook (2021). *Brand Loyalty in Bangladesh*, Penerbit : Partridge Publishing Singapore
- Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Buku 1, Edisi 12, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Delgado, B., Elena, dan Jose. (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie
- Ganesh, Jaishankar, Mark J. Arnold, and Kristy E. Reynolds (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie
- Ghozali, Imam dan Fuad (2008), *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, Aaker (2021), *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding - Rajawali Pers*, Penerbit : PT. RajaGrafindo Persada
- Keller, K.L. (2020), Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie
- Kotler, Armstrong (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding - Rajawali Pers*, Penerbit : PT. RajaGrafindo Persada
- Kotler, P., and Pfoertsch, W. (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2015). *Marketing Management 15th Edition*. Penerbit : Pearson.
- Lau, Tiger, dan Lee J Calantone. (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII 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.



Marconi (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor

M. Suryanto (2021). Marketing Strategy Top Brand Indonesia, Penerbit : Penerbit Andi

Raditha Hapsari, Kusuma Ratnawati, Rila Anggraeni. (2020), Entrepreneurial Marketing, Cetakan Pertama : Penerbit Universitas Brawijaya Press

Rifyal Dahlawy Chalil (2021). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding - Rajawali Pers,

Edisi 1 : Penerbit : PT. RajaGrafindo Persada

Rolyana Ferinia, Rahman Tanjung, Bonaraja Purba, Nia Lestari, Rini Mastuti, Nisa Rahmanyah Utami, I Made Murdana, Andreas Suwandi, Nina Mistriani, Endah Fitriyani, Adhi Prasetyo, Muktiarni Muktiarni, Nasrullah, Idah Kusuma Dewi. 2021. Perilaku Konsumen Kepariwisata, Cetakan 1 : Penerbit : Yayasan Kita Menulis

Schiffman, Kanuk. (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie

Schiffman, L.G dan L.L. Kanuk. (2020). Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie
Sung Yongjun and Jooyoung Kim (2010), Skripsi : Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor, IBII Kwik Kian Gie

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.

Tingkir, Cindy Fransica (2014). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, no. 2, ISSN : 1907-235X

Tjiptono (2020). Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen, Penerbit : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Sekaran, Uma., Roger Bougie (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis, Buku 1, Edisi 6, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

Sekaran, Uma., Roger Bougie (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis, Buku 2, Edisi 6, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Umar, Husein. (2019), Metode Riset Manajemen Perusahaan, Edisi 1, Jakarta : Penerbit PT Gramedia

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

