



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty*. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93

Donald, C., & Schindler, P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (12 (ed.)). Salemba Empat.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara

### Media

Ghozali, H. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrajit, R. E., (2016). *Electronic Government: Strategi Pembangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital*. Yogyakarta: Andi.

Kotler, P & Keller, K. L., (2016). *Marketing Manajemen (15th ed.)*. Pearson Pretice Hall

Kotler, P & Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, United States of America: Pearson Education

Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama

### Jurnal:

Bambang Abas & Heriyanto, Meyzi (2017), Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova, *JOM FISIP*, 4(2), p. 1-11.

Chaudhuri, A. & Holbrook, M. (2001), "The Chain of effects from Brand Trust and Brand Effect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty", *Journal of Marketing*, 65, p. 81-93.



- Dewi, Ritna Rahmawati (2016), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna BPJS Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ekonom Manajemen Sumber daya*, 18(2), p. 146-156.
- Fandiyanto, Randika & Kurniawan, R. E. (2019), Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” di Coffe Josh Situbondo, *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), p. 21-42.
- Ferrinadewi, E. (2005), Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Komestik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Juniantara, I. M. A. & Sukawati, T. D. R. (2018), Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen, *EJurnal Manajemen Unud*, 7(11), p. 5955-5982.
- Lau, G. T. & Lee, S. H. (1999), “Consumers' Trust in a Brand and the Link to. Brand Loyalty,”, *Journal of Market Focused Management*, 4, p. 341-370.
- Masitoh, Martina R., Wibowo, H. M., & Ikhsan, Khairul (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobil Shoope, *Journal Sains Manajemen*, 5(1), p. 101-119.
- Nurbani, A., Mulyanto, H., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019), Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), p. 109-120.
- Nurfadila, Sutomo, M., & Asriadi (2015), Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 1(3), p. 319-332.
- Sustiyatik, E. & Setiono, B. A. (2019), Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Aplikasi Pelayanan dan Kepelabuhan*, 10(1), p. 75-82.

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.



Wiyata, M. T. & Awaliah, N. N. (2019), Pengaruh Budaya dan Kepercayaan Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Institut Manajemen Wiyata Indonesia, *CAKRAWALA*, 2(1), p. 32-46.

#### Website

Bayu, Dimas J. (2021), “10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin 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.