



DAFTAR PUSTAKA

- A. Aaker David 1991. *Managing brand equity : capitalizing on the value of a brand name*, New York: The Free Press
- Akbar MM and Parvez. (2009). *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty, ABAC Journal, Vol. 29, No.1.January, 24-38.*
- Artisti, Arsi Satyadharma (2014), *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek dan Ekuitas Merek Mi instan Indomie Di surabaya*
- Azizah dan Ami Widyastuti (2013), *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati, Jurnal Psikologi , Volume 9 Nomor 1, Juni 2013*
- Azize ùahina, Cemal Zehirb, dan Hakan Kitapçı (2011), *The Effects of Brand Experience, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty ; An Empirical Research on Global Brands*
- Best J Roger (2013), *Market Based Management: Strategies For Growing Customer Value And Profitability*
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler 2008, *Business Research Method*, Edisi 10, New York : McGraw- Hill
- Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak (2001). *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Delgado Ballester, Elena and Jose'Luis Munuera-Aleman (2005), *Does Brand Trust Matter to Brand Equity?, Journal of Product & Brand Management 14/3, 187-196*
- Delgado Ballester, Elena (2003), *Development And Validation Of a Brand Trust Scale, International Journal of Market Research, Vol. 45(1)*
- Geçti, Fatih dan Hayrettin Zengin (2013), *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study Towards Sport Shoe Consumers in Turkey.*
- Imam Ghazali, dan Fuad (2008), *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Nur Hayati, dan Rachmat Agus Santoso, *pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan kesukaan merek terhadap kesetiaan merek pada merek X*



Hengky Latan, (2012), *Structural Equation Modelling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.80*, Bandung: Alfabeta.

James, F Engel dan Roger, D. Blackwell, (1995). *Perilaku konsumen Edisi keenam, Jilid 1*,

Jakarta: Binarupa Aksara

Kotler, Philip and Gary Armstrong (2000) *Marketing Management, international edition*.

London: Prentice Hall

Kotler, Philip and Gary Armstrong (2008), *Principles of Marketing, 12 edition*. New Jersey:

Pearson Edition

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2009) *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. Jakarta:

PT. Erlangga

Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi 14, Global Edition,

USA: Pearson

Lau, Geok Theng dan Sook Han Lee (1999), *Consumers Trust in a Brand and the Link to*

Brand Loyalty, Journal of Market Focused Management, 4, 341-370.

Oliver, Richard L (1999), “*Satisfaction : a behavioral perspective on the consumer*”

International Edition, United States: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Freddy Rangkuti, (2002). *The power of brands : teknik mengelola brand equity dan strategi*

pengembangan merek, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Richard A. Spreng, Scott B. MacKenzie, dan Richard W. Olshavsky (1996), *A Reexamination*

of the Determinants of Consumer Satisfaction, Journal of Marketing; Jul 1996

Mohammad Rizan, Basrah Saidani, Yusiyana Sari (2012), *Pengaruh Brand Image dan*

Brand Trust Terhadap Brand Loyalty The Botol Sosro, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2012

Simamora, Bilson (2004), *Riset Pemasaran : Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama

Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk 2004, *Consumer Behavior Eight Edition, New*

Jersey : Prentice Hall

Waluyo, Minto 2011, *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling: Untuk Aplikasi*

Model Dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial, dan Manajemen, Jakarta:

Penerbit PT Indeks.



Zahra, Syarifa dan Andik Matulesy, *Persepsi terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*, Jurnal Psikologi Indonesia September 2012, Vol. 1, No. 2, hal 122-129

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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