



- 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 Amstrong (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 Managment*, 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.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

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 KKG (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.

