



DAFTAR PUSTAKA

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.
1. Aaker, David A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, New York: The Free Press.
- Ballester, Elena Delgado (2003), *Development And Validation Of A Brand Trust Scale*, International Journal of Market Research, Vol. 45 (1)
- Ballester, Elena Delgado and Jose´ Luis Munuera-Alemán (2005), *Does brand trust matter to brand equity?*, Journal of Product & Brand Management 14/3, 187–196
- Ballester, Elena Delgado dan José Luis Munuera-Alemán (2001), *Brand trust in the context of consumer loyalty*, European Journal of Marketing, Vol. 35 Iss 11/12, 1238 – 1258
- Brakus, J. Josko, Bernd H. Schmitt, dan Lia Zarantonello (2009), “*Brand Experience: What Is It ? How it is measured? Does it affect loyalty?*” Journal of Marketing Vol.73 52-68.
- Budianto, Bobby (2015), “*Pengaruh Brand Trust Dan Brand Affect Terhadap Brand Loyalty Coffee Toffee Klampis Surabaya*”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.4, No.2, 1-17
- Chaudhuri, Arjun and Morris B Holbrook (2001), *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The Role of Brand Loyalty*, Journal of Marketing; Apr 2001, 81-93
- Chinomona, Richard (2013), “*The Influence Of Brand Experience On Brand Satisfaction, Trust And Attachment In South Africa*”, International Business & Economics Research Journal, October 2013, Vol.12, No. 10, 1303-1316
- Choi, Young Gin, Chihyung Ok, dan Seunghyup Seon (2011), *Evaluating Relationship among Brand Experience, Brand Personality, Brand Prestige, Brand Relationship Quality, and Brand Loyalty: An Empirical Study of Coffee House Brand*, p.1-12, Diakses 12 maret 2015, [http://scholarworks.umass.edu/gradconf\\_hospitality/2011/Presentation/22/](http://scholarworks.umass.edu/gradconf_hospitality/2011/Presentation/22/)
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2006), *Metode Riset Bisnis*, Volume 1, Edisi 9, Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Cravens, David W dan Nigel F. Piercy (2013), *Strategic Marketing*, Edisi 10, New York: McGraw-Hill.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Tony Sitinjak (2001) , *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Geçti, Fatih dan Hayrettin Zengin (2013), “*The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports*



*Shoe Consumers in Turkey*”, International Journal of Marketing Studies, Vol. 5, No. 2, 111-119

Ghozali, Imam dan Fuad 2008, *Structural Equation Model: Teori Konsep dan Aplikasi dengan Program LISREL 8.80*, Edisi 2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Keegan, Warren J. dan Mark C. Green (2011), *Global Marketing*, Edisi Keenam, Global Edition, Essex: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2012), *Principals of Marketing*, 14<sup>th</sup> Edition, Global Edition, Essex: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Edisi 1, Jakarta: Erlangga

Kuenzel, Sven dan Sue Vaux Halliday (2008), *Investigating antecedents and consequences of brand identification*, Journal of Product & Brand Management, Vol. 17, 293 – 304

Kusuma, Yohanes Surya (2014), “*Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya*”, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol.2, No.1, 1-11

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

Ming, Tan Teck; Hishamuddin Bin Ismail; Rasiah Devinaga (2011), “*Hierarchical Chain Of Consumer-Based Brand Equity: Review From The Fast Food Industry*”, International Business & Economics Research Journal, September 2011, Vol 10, No 9.

Pratiwi, Detha Misgi, David P.E Saerang Dan Ferdinand Tumewu (2015), “*The Influence Of Brand Image, Brand Trust And Customer Satisfaction On Brand Loyalty (Case Of Samsung Smartphone)*”, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 15, No. 5, 377-385

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kamuk (2007), *Consumer Behavior*, Edisi Sembilan, International Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Schmitt, Bernd H. (1999), *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*, USA: Simons & Schuster Inc.

Schmitt, Bernd H. (2003), *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*, USA: John Wiley & Sons Inc.

Simamora, Bilson (2004), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.



Taleghani, Mohammad, Mahmood Samadi Largani and Seyyed Javad Mousavian (2011), *The Investigation And Analysis Impact Of Brand Dimensions On Services Quality And Customers Satisfaction In New Enterprises Of Iran*, Contemporary Marketing Review Vol. 1(6), 1 – 13

Waluyo, Minto (2011), *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling (Untuk Aplikasi Model Dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial, dan Manajemen)*, Jakarta: PT Indeks

Widjaja, Riyan Hadi (2015), “*Studi Explanatory Brand Experience, Brand Satisfaction dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Global Automobile Brand Jenis Mpv Di Surabaya*”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.4 No.2, 1-16

Wismarsi, Tri dan Truly Jacqueline Purnama (2015), *Behavioural Loyalty: Apakah Dipengaruhi Brand Personality dan Brand Experience?*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vo.13 No.3, September 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Milik IBIKKG (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.