



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2005, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, New York: The Free Press
- Brakus, J. Josko, Bernd H. Schmitt, dan Lia Zarantonello 2009, “Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?” *Journal Of Marketing* Vol.73 52-68.
- Best, J. Roger 2013, *Market Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability*, Edisi 6, New Jersey: Pearson.
- Buttle, Francis 2007, *Customer Relationship Management Concept and Tools*. Jakarta: Banyumedia Publishing.
- Cooper, Donald R., and Schindler, P.S. 2011, *Business Research Method*, Singapore: Mcgraw Hill, Inc.
- Cravens, David W. dan Nigel F. Piercy 2013, *Strategic Marketing*, Edisi 10, New York: Mcgraw Hill.
- Dirianzani, Leindra, Sugiono, dan Dewi Hardiningtyas 2014, “ANALYSIS OF THE EFFECT OF INTRINSIC AND EXTRINSIC MOTIVATION ON JOB PERFORMANCE OF CONTRACT EMPLOYEES WITH ORGANIZATIONAL COMMITMENT AS MEDIATION” *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri* Vol. 2. No. 5 1124-1135.
- Ghozali, Imam 2006, *Structural Equation Modelling*, Edisi 1, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hellier, Phillip K., Gus M. Geursen, Rodney A. Carr, dan John A. Rickard 2003, “Customer Repurchase Intention” *European Journal of Marketing* Vol.37 No.11/12 pp.1762-1800.
- Ishida, Chiharu, dan Steven A. Taylor 2012, “Retailer Brand Experience, Brand Experience congruence, and Customer Satisfaction” *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior* Vol.25 pp.63-79.
- Keegan, Warren J. dan Mark C. Green 2015, *Global Marketing*, Edisi 6, Global Edition, USA: Pearson.
- Kertayasa, Hermawan 2006, *Marketing in Venus Playbook, Volume Two Strategy in Venus*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition, USA: Pearson.
- Liu, Chun-Chu, Hsing-Chau Tseng, Li-Min Chuang, dan Chien-Min Huang 2012, “A Study of the Impacy of the e-CRM Perspective on Customer Satisfaction and Customer Loyalty-Exemplified by Bank Sinopac” *Journal of Economics and Behavioral Studies* Vol.4, No.8, pp.467-476.

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.

Instansi Berkas dan Informasi Kwik Kian Gie



Lu Ting Pong, Johnny dan Esther Tang Pui Yee 2001, "An Integrated Model of Service Loyalty" *Academy of Business & Administrative Sciences 2001 International Conferences*.

McNally, David dan Karl D. Speak 2004, *Be Your Own Brand: Resep Jitu Meraih Personal Brand Yang Unggul*, Terjemahan oleh Sikun Pribadi, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Polyorat, Kawpong dan Sophonsiri 2010, "THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN THE CHAIN RESTAURANT CONTEXT: A THAI CASE" *Journal Of Global Business and Technology* Vol.6, No.2, pp.64-76.

Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, 2008, "Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analisis)", Edisi kedua, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sudarti, Ken dan Iva Atika 2012, "Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra dan Service Recovery" *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* Vol.19, No.1, pp.93-109.

Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk, dan Joseph Wisenblit 2010, *Consumer Behaviour*, Edisi 10, Global edition, New Jersey: Pearson.

Schmitt, Bernd H. 1999, *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*, New York: The Free Press.

Schmitt, Bernd H. 2003, *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Costumer*, New Jersey: John Wiley & Sons.Inc.

Sugiyono (2009) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: PT. Alfabeta.

Sutanto, Jeanne Ananti 2008, "Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Apartemen di Kota Surabaya" *Majalah Ekonomi* No.3 286-301.

Taleghani, Mohammad, Mahmood Samadi Largani, dan Seyyed Javad Mousavin 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) pp.01-13.

Thing Thing Liuni 2014, "Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* The Body Shop Mal Kelapa Gading"

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.

Hubungi Kami (Instansi Bisnis dan Informatika) Kwik Kian Gie



Website

thesis.binus.ac.id/doc/Bab1Doc/2012-1-00073-MN%20Bab1001.doc

<http://lifestyle.okezone.com/read/2010/12/24/301/406851/gerai-kelima-nanny-s-pavillon->

[using-konsep-teras](http://nannyspavillon.com)

<http://nannyspavillon.com>

<http://www.bakerymagazine.com/2013/04/02/nannys-pavillon-tema-berbeda-di-setiap-outletnya/>

<http://www.beritasatu.com/figur/113814-hobi-masak-berkembang-jadi-bisnis.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.