KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Periklanan Terpadu, Promosi, dan Komunikasi Pemasaran*.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Manajemen Merek Strategis; Membangun, Mengukur, dan Mengelola Ekuitas Merek*.

Kotler, P., Keller, K. L., Tan, C. T., Ang, S. H., & Leong, S. M. (2018). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia*. Pearson Education Limited.

Gupta, A., Garg, A., Chandna, M., Jain, R., & Kumar, S. (n.d.). *EFEK GAMBAR MEREK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN*.

Rubio, N., & Yagüe, M. J. (2019). *Loyalitas Pelanggan dan Manajemen Merek*. www.mdpi.com/journal/admsci

Fajrina S. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Kopi Bubuk Kapal Api Studi Kasus Kedai Kopi Jalan Teuku Umar Pekanbaru*.

Hariadi E., Sugiharto S. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Kedai Kopi Kenangan Surabaya*.

Ramadhan D. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Loyalty Melalui Brand Trust (Studi Kasus Pada Konsumen Mcdonald's di Provinsi Yogyakarta)*.

Hendra J., Widayanto M., Hasanah N., Baihaki H., Palupi F. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Marketplace Shopee.*

Apenes Solem, B. A. (2016). *Pengaruh partisipasi pelanggan dan keterlibatan merek pelanggan terhadap loyalitas merek.* Journal of Consumer Marketing, 33(5), 332–342. https://doi.org/10.1108/JCM-04-2015-1390

Khatimah H., Komalasari D. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*

Pramudita R., Chamidah S., Ponorogo D. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan, Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Pengguna Marketplace Tokopedia*

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *PEMASARAN MEREK: SENI BRANDING*.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Perencanaan & Strategi)*.

© Hak cipta milik IBI KKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Angujanani, G., & Sreeya, B. (2019). *Dampak loyalitas merek terhadap produk susu kemasan konsumen di Chennai*. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering, 8(11), 3212–3214. https://doi.org/10.35940/ijitee.K2521.0981119

Gecti, F., & Zengin, H. (2013). *Hubungan antara Kepercayaan Merek, Afek Merek, Loyalitas Sikap, dan Loyalitas Perilaku: Studi Lapangan terhadap Konsumen Sepatu Olahraga di Turki*. International Journal of Marketing Studies, 5(2). https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p111

Kristianto, F., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). *Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha PT. Alfa Scorpii Cabang Bilal Medan*. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(2), 1201. https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.545

Susanto, F., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). *Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Merek PT. Lion Express (Studi Kasus Pada Agen Jalan Asia)*. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(2), 1206. https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.546

Tjiptono, Fandy. (2014). *, Service, Quality, & Satisfaction,* Edisi 3, Andi Offset.

Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, CV Pustaka Ilmu Group.

Schiffman, L., & Wisenblit, L. (2019). *Perilaku Konsumen*.

Schindler. (2014). *Bussiness Research Method*. New York, McGrawHilL.

Schindler, P. S. (2022). *Metode Penelitian Bisnis*.

Hair et al. (2019). *Multivariate Data Analysis,Eighth Edition*.

Ghozali. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif,* Universitas Diponegoro.

Sugiyono., (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*

Sugiyono., (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*

Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*.

Website

BBC News Indonesia. (2023, 3 November). *Palestina: Ramai seruan boikot Israel di media sosial Indonesia, apakah akan berdampak terhadap Israel?*. BBC News Indonesia. Diakses dari https://www.bbc.com/indonesia/articles/c3gldnyzy7ro

Kauffman, C. (2023, 19 Oktober). *Starbucks menggugat serikat pekerja Iowa atas pos media sosial mengenai konflik Israel-Hamas*. Iowa Capital Dispatch. Diakses dari https://iowacapitaldispatch.com/2023/10/19/starbucks-sues-iowa-union-over-social-media-posts-on-israel-hamas-conflict/

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Kurnia, E. (2024, 27 Juni). *Boikot Starbucks Turunkan Penjualan MAP Boga Adiperkasa*. kompas.id. Diakses dari https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/06/27/boikot-starbucks-turunkan-penjualan-triwulan-i-2024-map-boga-adiperkasa

Maddalena, S. (2024, 31 Juli). *Digital 2024 - We Are Social Indonesia*. We Are Social Indonesia. Diakses dari https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/

Muhamad, N. (2023, 16 Oktober). *10 Restoran dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia pada 2022*. Katadata. Diakses dari https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/10/16/10-restoran-dengan-jumlah-gerai-terbanyak-di-indonesia-pada-2022

Narea, N. (2023, 13 Oktober). *Bagaimana AS menjadi sekutu terdekat Israel*. Vox. Diakses dari https://www.vox.com/world-politics/23916266/us-israel-support-ally-gaza-war-aid

Rajvanshi, A., & Serhan, Y. (2024, 14 Februari). *Apa yang Perlu Diketahui tentang Gerakan Boikot Global terhadap Israel*. TIME. Diakses dari https://time.com/6694986/israel-palestine-bds-boycotts-starbucks-mcdonalds/

Rizvi, J. (2022, 21 April). *Bagaimana Nilai Sosial Mempengaruhi Konsumen Terhadap Merek*. Forbes. Diakses dari https://www.forbes.com/sites/jiawertz/2021/12/27/how-social-values-drive-consumers-to-brands/

Statista. (n.d.). *Coffee - Worldwide | Statista Market Forecast*. Statista. Diakses dari https://www.statista.com/outlook/emo/beverages/hot-drinks/coffee/worldwide

We Are Social. (2024, 2 Januari). *Digital 2024: Laporan global*. We Are Social. Diakses dari https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie