

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama
- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharmisi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Brakus, J. J., B. H. Schmitt, dan S. Zhang. 2008. Experiential Attributes and Consumer Judgments'. In: B. H. Schmitt and D. Rogers (eds.): *Handbook on Brand and Experience Management*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Bennett, R. dan R. Thiele, S. 2002. A Comparison of Attitudinal Loyalty Measurement Approaches. *Journal of Brand Management*, 9(3), 193-209
- Bhimantoro, Muhammad. 2017. *Analisis Pengaruh Brand experience Dan Brand trust Terhadap Brand loyalty Pengguna Notebook*. Online. www.eprints.ums.ac.id/56426/20/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf
- Chan, Syarifudin. 2013. *Relationship Marketing: Inovasi pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, 2009. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia.
- Delgado, Elena and Manuera, J.L. (2001), "Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol. 35 No. 11/12, pp. 1238-1258.
- Farhan, Fuan. 2017. *Pengaruh Brand image Dan Brand experience Terhadap Brand loyalty Pada Pengguna Kartu Brizzi Di Bri Unit Sentra Bisnis Driyorejo*. Online. www.repository.narotama.ac.id/79/
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty. Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, Joseph F. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. Seventh Edition. Pearson.
- Halim, R. E (2002). The effect of relationship of brand trust and brand affect on brand performance: An analysis from brand loyalty perspective. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 1.
- Handayani, SB & Ida Martina. (2015). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Pemakai Motor Matic Merek Yamaha Di Kota Semarang. *Jurnal. STIE Dharmaputra Semarang*.

- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Ibadi, Iman Khusni. 2017. "Analisis Pengaruh Brand Evaluation, *Brand trust*, Dan Brand Satisfaction Terhadap *Brand loyalty* Melalui Brand Relationship." Online. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17409>
- Jasfar, Farida. 2012. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Jasfar, Farida. 2012. 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Lau, Geok Theng & Lee, Sook Han. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, Vol.4, pp.341-370.
- Kertajaya, Hermawan. 2016. *Tourism Marketing 3.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan. 2016. *The 18 Guiding Principles Marketing in Venus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kompasiana.com. (2021, 13 Desember). Manfaat Penggunaan Internet. Diakses pada 20 Desember 2021, dari <https://www.kompasiana.com/rian66329/61b71d0a61b14b70f164ff42/manfaat-penggunaan-internet>
- Mediaindonesia.com. (2021, 7 Juli). Kemenkominfo : 89% Pendudukan Indonesia Gunakan Smartphone. Diakses pada 12 November 2021, dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone>
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Putra, Reynaldi Susanto dan Hatane Samuel. 2018. *Brand experience, Brand Commitment, Dan Brand loyalty Pengguna Apple Iphone Di Surabaya*. Online. www.jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/21148
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. 2007. Prentice Hall, New Jersey.

- Setiadi, Nugroho, SE., MM., (2003), "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto, 2012. *Statistika Teori dan Aplikasi, edisi ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Susanto, A.B. dan Himawan Wijanarko. 2009. *Power Branding. Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Quantum.
- Tjahyadi, Rully Arlan. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Nov2006.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Penerbit Andi.