

Daftar pustaka

- Andriani, M., & Bunga, F. D. (2017). faktor pembentuk brand loyalty : peran self concept connection, brand love, brand trust dan brand image (telaah pada merek H&M di kota DKI Jakarta). *Benefit jurnal Manajemen dan bisnis ISSN: 1410-4571, E-ISSN: 2541-2604 VOL. 2 NO. 2*, 157-168.
- Ariyanti, A. (2016). Pengaruh Brand Predictability, brand liking, brand competence, brand reputation dan trust in the company terhadap brand loyalty. *Respatory*, 50.
- Bennett, R., Hartel, E. C., & McColl-Kennedy, R. J. (2015). Experience as a moderator of involvement and satisfaction on brand loyalty in a business-to-business setting 02-314R. *Science direct industrial marketing management 34 (2005) 97-107*, 97-107.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What is it? How is it Measured? Does it affect loylaty? *Journal of Marketing Vol. 73 (May 2009)*, 52-68, 52-68.
- Edris, M. (2011). pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (studi kasus pada detergen merek rinso di kabupaten kudas). *ISSN:1979-6889 jurnalilmiahmanajemen.files.wordpress.com201103*, 1-13.
- Ferdinand , A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali , I., & Latan , H. (2015). *Partial Least Squares konsep teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang .
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Mulitvariate dengan Program IBM SPSS20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. .
- Hanifah, S., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2018). Gambran brand experience dan brand love iphone pada komunitas fanspage facebook iphone indonesia. *journal of business management education vol 3 no. 1* , 1-10.
- Juari, R. (2010). pengaruh kepercayaan merek pada pembentukan loyalitas merek apple . *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi Vol.1, No.1, Februari 2010 | JBTI*, 63-89.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Upper saddle River, New jersey, 07458: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. England : Pearson Education Limited.
- Kusuma , Y. S. (2014). pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya. *jurnsl manajemen pemasaran petra vol. 2, No. 1(2014)*, 1-11.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least square konsep,metode dan aplikasi menggunakan program WarpPLS2.0*. Semarang: Badan Penerbit universitas Diponegoro.
- Marthin, J. (2007). Analisis Brand Loyalty pada produk shampoo merek "Head & Shoulders". *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 2 No. 2 Oktober 2007:90-102*, 90-102.
- Mowen , C. J., & Minor, M. (2006). *Perilaku Konsumen* . Ciracas,Jakarta 13740: Erlangga.
- Ningsih, S. M., & Waseso, S. (204). the influence of customer satisfaction,switching cost and trust in a brand on customer loyalty-the survey on student as im3 users in Depok,Indonesia. *Procedia-social and behavioural sciencs 143 (2014) 1015-1019*, 1015-1019.
- Panjaitan, O. A., Rofiaty, & Sudjatno. (2016). pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek melalui mediasi kepuasan merek dan kepercayaan merek (studi pada kuliner khas kota malang). *jurnal bisnis dan manajemen vol.3 no. 2* , 141-161.
- Pribadi, A. (2016). *Hasil survei Mastercard: Restoran cepat saji mash jadi tempat favorit di indonesia*. Matraman: Wartakota.tribunnews.com.
- Rangkuti, F. (2002). *The power of brands teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek plus analisis dengan spss*. jl. palmerah selatan 24-26 jakarta 10270: Penerbit PT Gramedia Pustaka utama.
- Sahin, A., Zehir, C., & Kitapci, H. (2011). the effect of brand experiences,trust and satisfaction on building brand loyalty;an empirical research on global brands . *procedia social and Behavioural Sciences 24 (2011) 1288-1301*, 1288-1301.
- saputra, r., & dewi, C. K. (2016). the impact of brand trust on brand loyalty mediated by customer satisfaction : case of tokobagus.com (now Olx.co.id). *journal od administrative and business studies 2016 1(1):8-13*, 8-13.

- Semadi, I. Y., & Ariyanti, M. (2018). the influence brand experience, brand image, and brand trust on brand loyalty of abc-cash. *Asian journal of Management sciences & Education* vo. 7(3) july 2018, 12-23.
- Sengkey, F. K. (2015). the influence of brand characteristic, company characteristic and consumer brand characteristic on brand loyalty at bellagio shoes product in manado. *Jurnal emba* vo. 3 no 3 sept 2015 hal 341-351, 341-351.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna . (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* . Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, V., Sampurno, & Wahyono, D. (2014). Pengaruh reputasi, kompetensi, kesukaan dan kepercayaan merek pada loyalitas merek (studi pada konsumen kosmetik the body shop di daerah istemewa yogyakarta). *Jurnal Manajemen dan pelayanan farmasi vol 4b no 1 maret 2014*, 39-44.
- Tjahyadi, R. A. (2006). brand trust dalam konteks loyalitas merek : peran karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik hubungan pelanggan- merek. *Jurnal Manajemen Vol 6 No 1 Nov 2006*, 65-78.
- Wikipedia. (2018). Retrieved from id.wikipedia.org/wiki/KFC: <https://id.wikipedia.org/wiki/KFC>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS & SmartPLS*. jl. Palagan Tentara Pelajar Km. Yogyakarta 55581: UPP STIM YKPN.