

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). Inova Consultoria De Gestão E Inovação Estratégica Ltda Todos Os Direitos Reservados. *Inova Consultoria De Gestão E Inovação Estratégica Ltda*.
- Andriani, M., & Dwbunga, F. (2018). 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*, 2(2), 157. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.4285>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik* (S. Arikunto (Ed.)). Rineka Cipta.
- Desiyanti, N. L., Sudja, I. N., & Budi Martini, L. K. (2018). *Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight and Customer Loyalty* (Study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh). *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(03), 20660–20668. <https://doi.org/10.15520/ijcrr/2018/9/03/483>
- Fostering International Brand Loyalty Through Committed And Attached Relationships*. (2010).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (I. Ghozali (Ed.)). Diponegoro, Badan Penerbit Universitas.
- Hwang, J., & Kandampully, J. (2012). *The role of emotional aspects in younger consumer-brand relationships*. *Journal of Product and Brand Management*, 21(2), 98–108. <https://doi.org/10.1108/10610421211215517>
- Mediasi, S. V. (2015). *Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Brand Attachment Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan PT Indiva Media Kreasi)*. 163–174.
- Putri Andhansari, Nawazirul Lubis, A. W. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang Bus PO. Haryanto Kudus)*. 5.
- Putri, V. D. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2017). PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GERAJ STARBUCKS COFFEE (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee di Wilayah Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 470. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p18>

- Santoso, S. (2002). *Buku Latihan SPSS statistik multivariant* (P. E. M. Komputindo (Ed.)).
- Sudarti, K. (2019). Peningkatan Minat Pembelian Merek Lokal melalui *Consumer Ethnocentrisme*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. (Sugiyono (Ed.)). Alfabeta.
- Sukoco, B. M., & Hartawan, R. A. (2011). Pengaruh pengalaman dan keterikatan emosional pada merk terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 4(3), 1–12.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. K. . (2016). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3 No.(1), 1.
- Thomson, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. (2005). *The ties that bind: Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands*. *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), 77–91. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1501_10
- Tri Tjahjo Poernomo, H. I. W. P. (2019). PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP *CUSTOMER DELIGHT* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (Bisma)*, 13(2), 105–111.