

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, P.M. (2007). Membangun Loyalitas Pelanggan “Citilink” Garuda: Tinjauan Manajemen Hubungan Pelanggan. *Mediator*, Vol. 8 No.298 2.
- Ariastuti, N.G.A.A dan Antara, M. (2005). *Faktor-Faktor yang Menentukan Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Teh Botol Sosro di Kota Denpasar*. Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Udayana.
- Blut, M, Evanschitzky,H., Vogel, V., Ahlert.D., (2007). *Switching Barriers in the Four-Stage Loyalty Model*. *Advances in Consumer Research Volume 34*. University of Muenster, Germany.
- Caroko, E.E., Saswitarisky, Yozami.M.A., dan Pitaloka, D. (2011) .*Trust*. Trust, 6 Agustus 2011.[www.majalahtrust.com](http://www.majalahtrust.com).
- Chan, S. 2003. *Relationship Marketing*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Danial, Haluan, J., Mustaruddin, Darmawan. (2011). Model Pengembangan Industri Perikananberbasis Pelabuhan Perikanan di Kota Makassar Sul-Sel. *Jurnal Ilmiah Forum Pascasarjana IPB Bogor*. Volume 34, No. 2.
- Dick, A.S and Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 22, No. 2, hal. 99-113. State University of New York at Buffalo.
- Djaddang, S. (2006). Analisis Intensitas Moral dan Orientasi Etis Dilihat dari Gender dan Aspek Demografi pada Auditor Bepeka. *Bulletin Penelitian* No.09.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.

- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Iqbal, M. (2012) . Bab VI Pemasaran. 9 November 2012. Diakses dari <http://muhammadjanuar12.blogspot.com/2012/11/bab-6-pemasaran.html>. pada tanggal 15 November 2012.
- Jogiyanto, ( 2010 ). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman*. Edisi Pertama. Penerbit BPFE Yogyakarta.
- Kartajaya, H. (2004). *Marketing in Venus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kiyani, T.M, Niazi, M. R. U. K., Khan, I. (2012). The Relationship Between Brand Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. (Evidence From Automobile Sector Of Pakistan). *Journal Of Contemporary Research In Business* , COMSATS Institute of Information Technology Islamabad, Pakistan.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1 dan jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Lau, G. T and Lee, S. H. (1999). “Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty”. *Journal of Market Focused Management*.
- Lesnapurnawan. (2009). Manajemen Pemasaran. 6 Agustus 2009 diakses dari <http://lesnapurnawan.wordpress.com/2009/08/06/manajemen-pemasaran/> pada tanggal 15 November 2012.
- Matzler, K., Krauter, S.G., Bidmon, S. (2006). The Value – Brand Trust – Brand Loyalty Chain: An Analysis Of Some Moderating Variables. *Innovative Marketing*, Volume 2, Issue 2.

- Nilawati, Agy, N. dan Indriani, F. (2012). Pengaruh Atribut Produk dan Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kafe Kopi Miring di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 2 (1), hal. 92-104.
- Pardede, F. (2010). *Relationship Analysis of Financial Performance Intellectual Capital Insurance Company in Indonesia Stock Exchange*. Undergraduate Program, Economy Faculty. Gunadarma University.
- Prastyo, T. (2012). Strategi Pemasaran Minuman Isotonik Mizone. [http://threeprastyo.blogspot.com/2012\\_03\\_01\\_archive.html](http://threeprastyo.blogspot.com/2012_03_01_archive.html). 7 maret 2012.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riana, G. (2008). Pengaruh Trust in a Brand terhadap Brand Loyalty pada “Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar”. Universitas Udayana Denpasar.
- Santoso, S dan Tjiptono, F. 2001. *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Semuel, H. (2006). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Toko Moderen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 1, No. 2, pages 53-64. Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra.
- Setiowati, B. (2007). *Analisa Strategi Bauran Pemasaran pada Perusahaan Jasa Freight Forwarding: Rencana, Implementasi, dan Evaluasi Kebijakan yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran*. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro Semarang.
- Soong, C.H., Kao, Y.T and Juang, S.T. (2005). *A Study on the Relationship between Brand Trust and the Customer Loyalty based on the Consumer Aspects*. Mei--Ho Institute of Technology, Taiwan.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Susilowati, L dan Sumarto. (2010). Membangun Brand Loyalty Melalui Brand Trust dan Customer Satisfaction. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol.10*. Dosen FE UPNV Jawa Timur.

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. Staf Pengajar Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Usman, I dan Saputra, R. G. (2009). *Peran Switching Costs sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Unair di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Airlangga.

Utomo, S. S. (2009). *Brand Equity And Customer Loyalty (Correlation Study between Brand Equity Influence toward Customer Loyalty in Election of Provider Handphone IM3 and XL)*. Department of Mass Communication, Sebelas Maret University.