

## Daftar Pustaka

- Ahmed., et.al. (2014). Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*. ISSN 1948-5468 2014. Vol. 5, No. 1.
- Cooper, D.R dan Schindler, P.S. (2011). *Business Research Methods* (11<sup>th</sup>). New York: McGraw Hill International Edition.
- Delgado-B.E dan Munuera, J.L. (2005). Does Brand Trust Matter to Brand Equity?. *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 14, No.3 pp. 187-196.
- Devindiani, E. (2015). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction serta Dampaknya pada Customer. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*. Volume 1, Number 1, April 2016, hal.147-157.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IB SPSS 21*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin,J. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasugian, T.M. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel di Grapari Samarinda). *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis* 3(4): 923-937 ISSN 2355-5408.
- Hawkins., et.al. (2007). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy* (10<sup>th</sup>). New York: McGraw-Hill.
- Jogiyanto, H.M. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta:Universitas Gadjah Mada.
- Jogiyanto, H.M. (2010). *Analisis & Desain*: Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kiyani, T.M., Niazi, M.R.U.K., Rizvi, R.A., Khan, I. (2012). The Relationship Between Brand Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. (Evidence From Automobile Sector of Pakistan). *Interdisciplinary Journal of Contempory Reasearch in Business*. Vol 4, no 1.
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Indonesia: PT. Gelora Aksara Pratama.

- Kotler, P. (2003). *Marketing Insight from A-Z: 80 Konsep yang Harus dipahami Setiap Manajer*, Terjemahan Anies Lastiati. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga
- Larasati., et.al. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus pada KFC Demang Palembang. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang.
- Lau, G. T dan Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*. 4:341-370.
- Loudon, L.D dan Bitta, D.J.A. (1984). *Consumer Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Lovelock, C.H., Wirtz, J., & Chatterjee, J. (2007). *Service Marketing : People, Technology, Strategy*. Edisi 6. USA: Prentice Hall.
- Muhammad., et.al, (2015). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Jember Pengguna Smartphone Merek Samsung. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Munawar, A.H. (2014). Analisis Pengaruh Brand Trust dan Customer Satisfaction terhadap Loyalitas Pelanggan(Suatu Penelitian Pada Pengguna Kartu Esia PT Bakrie Telecom Tasikmalaya). Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis STISIP Bina Putera Banjar.
- Peter, J.P dan Olson J.C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Edisi kesembilan. NewYork: McGraw-Hill.
- Rini dan Sulistyawati. (2014). Pengaruh Brand Trust, Customer Satisfaction, dan Corporate Social Responsibility terhadap Brand Loyalty Aqua di Kota Denpasar. *Jurnal Marketing Manajemen*. Vol. 12, No. 1, pp 38-42.
- Rizan, M., Saidani, B dan Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol. 3, No. 1, pp 1-17.
- Saldy, Z. (2013). Pengaruh Customer Satisfaction, Perceived Value dan Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty pada Pelanggan Klinik Kecantikan Natasha Skin Care di Kota Surabaya.

Schiffman, L. G., & Kanuk L. L. 2009. *Persepsi kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.

Stanton, W.J. (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 7. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

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

Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Penerbit Alfabeta

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.

Tjiptono, F.(2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/818342-lima-smartphone-ini-penjualannya-naik-di-q2-2016>

