

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama.
- Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M., & Haq, M. (2014). *Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur*. *Journal of Sociological Research*, Volume 5, (No.1), p306-326.
- Alhaddad, A. (2015). *A Structural Model of Relationship Between Brand Image, Brand Trust, and Brand Loyalty*. *International Journal Of Management & Review*, Volume 3, (No. 1), pp 137-144.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ballester, D. E., and Aleman, M. J. (2001) Brand Trust In the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, Volume 35, (No.11/2), pp.1238-1258.
- Bastian, D. A. (2014). *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume 2, (No.1), hal 1-9.
- Bloemer, J.M. and Ruyter, K. (1998), On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty. *European Journal of Marketing*, Volume 32 (No 5/6), pp. 499-513.
- Bobsusanto. (2015). *11 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli Lengkap*. Diakses pada 25 September 2017 dari <http://www.spengetahuan.com/2015/03/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-lengkap.html>.
- Fika, A. B. A. S. (2015). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Feryanto. (2017). *Transaksi e-Commerce di Indonesia Pada 2016 Mencapai 4,89 Miliar Dolar AS*. Diakses pada 19 September 2017, dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commerce-di-indonesia-pada-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as>.

- Halim, R. E. (2002). *Dampak Hubungan Kepercayaan Merek dan Afeksi Merek terhadap Kinerja Merek: Suatu Analisis dari Perspektif Kesetiaan Merek*. Jurnal Manajemen Indonesia, Volume 2, hal 1-11.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps
- Hestanto. (2016). *Teori Online Shop menurut Beberapa Ahli*. Diakses pada 18 September 2017, dari <http://www.hestanto.web.id/online-shop/>.
- Idrees, Z., Xinping, X., Sharim, K., Hua, L., Nazeer, A. (2015). *Consumer's Brand Trust and It's Link to Brand Loyalty*. American Journal of Business, Economics and Management. Volume 3, (No. 2), pp. 34-39.
- Isparmo. (2016). Data Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016. Diakses pada 18 September 2017, dari <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>
- Jeghesta, Manuel. (2016). *Survei Membuktikan Tokopedia Masuk Sebagai Brand Berpengaruh*. Diakses pada 18 September 2017, dari <https://autotekno.sindonews.com/read/1130667/133/survei-membuktikan-tokopedia-masuk-sebagai-brand-berpengaruh-1470972668>.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management*. United States: Pretince Hall.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2 Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta : Erlangga.
- Lau, G.T & Lee, S.H. (1999). *Consumer trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. Journal of Market Focused Management, Volume 31, p341- 370.
- Marzolina. (2011). Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Konsumen – Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Produk Ice Cream Wall's di Kota Pekanbaru. Jurnal Ekonomi, Volume 19, (No. 3), hal 64-77.

- Noor, M. F. (2014). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung. *Jurnal Image*, Volume 3,(No.2), hal 127-140.
- Peter, J. P. & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Jakarta : Erlangga.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, B. (2012). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Volume 3, hal 1-17.
- Sahin, A., Zehir, C., Kitapci, H. (2011). *The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty; An Empirical Research On Global Brands*. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 22, pp 1288-1301. Diperoleh dari <https://www.researchgate.net/publication/251714391>.
- Sari,W. Y. T. B, Kumadji, S., & Latief,W. A. (2010). *Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek*. Skripsi: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
- Sibagariang, S. C. H. & Nursanti, T. D. (2010). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty pada PT Bank Sinarmas*. *Journal The Winners*, Volume 11, (No.2), hal 118-129.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi kedua.Yogyakarta : Andi.
- Supranto & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Widikusyanto, M. J. (2014). *Peran Keterikatan Merek dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (The Role Of Brand Attachment In Building Customer Loyalty)*. *Jurnal Manajemen*, Volume 4, (No. 11), hal 1-25. Diperoleh dari <https://www.researchgate.net/publication/317275049>.

