

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek, Alih bahasa oleh Aris Ananda*, Jakarta: Mitra Utama.
- Agusli, D. dan Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Hal. 1-8.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta, CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Andalas, P. R. dan Putra, A. S. B. (2014). Pengaruh Servqual Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Pemediasi Studi Pada Bank Daerah Di Yogyakarta. *Jurnal Kinerja*. Hal. 115-129.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action*. Fourth Edition, New York: Kent Publishing Company.
- Aydin, S. and Ozer, G. (2005). The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of Marketing*. Vol. 39 No. 7/8, pp. 910-25.
- Bekk, M., Spörrle, M., Landes, M. and Moser, K. (2016). Traits grow important with increasing age: customer age, brand personality and loyalty. *Journal of Business Economics*, 87(4), pp.511-531.
- Budiarto, T. (1993). *Dasar Pemasaran*. Gunadarma: Jakarta.
- Chiu, K. K-S., Lin, R-J., Hsu, M. K., and Chen, S-C. (2011). Symbolic and functional brand effects for market Segmentation. *Australian Journal of Business and Management Research*. Pg. 75-86.
- Dewi, J. I. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding*. Amara Books, Jakarta.
- Dharmmesta, B. S. dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Doney, P. and Cannon, J. (1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), p.35.

- Durianto, D. S. dan Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ehrenberg, R. G. dan Smith, R.S. (1988). *Modern Labor Economics: Theory and Public Policy*. London: Scoot, Foresman Company.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1996). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: F. X. Budiyanoto, Jilid II, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ganesan, S. and R. Hess. (1997). Dimensions and Levels of Trust: Implications for Commitment to a Relationship. *Marketing Letters*, 8 (4): 439-48.
- Garbarino, E. and Johnson, M. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), p.70.
- Gerungan, W.A. (2000). *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, D. and Gao, Y. (2005). A failure of UK travel agencies to strengthen zones of tolerance. *Tourism and Hospitality Research*, 5(4), pp.306-321.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hastuty, E. S., Kertahadi, dan Riyadi. (2014). Pengaruh faktor-faktor dalam model of utilization terhadap penggunaan personal computer (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Hal. 1-7.
- Indrayani, E. (2004). Loyalitas Merek Sebagai Dasar Strategi Penentuan Harga (Sebuah Kajian). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Hal. 168-179.
- Ishak, A. dan Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol.15, Hal.55-66.
- Kotler dan Amstrong. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.

- Kotler dan Amstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi 7. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kusno, F., Radityani, A., dan Kristanti, M. (2007). Analisa hubungan brand strategy yang dilakukan goota japanese charcoal grill and cafe dan brand equity yang sudah diterima konsumen. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Hal. 43-56.
- Kusuma, B, H. dan Bangun, N. (2011). Analisis Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Konsep Aset, Kewajiban, dan Ekuitas. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Hal. 183-194.
- Kusuma, Y, S. (2014). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Hal. 1-11.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370.
- Maholtra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mar'at. (1984). *Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Monroe, K. B. (2005). *Pricing: Making Profitable Decisions* (3rd edition). New York: Mac Milan.
- Moorman, C., Deshpande, R., and Zaltman, G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), p.81.
- Morgan, R. and Hunt, S. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), p.20.
- Mulyadi, H. dan Saktiawati, D. (2003). Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Sampo Sunilk (Survei pada Mahasiswi FPIPS UPI Bandung Angkatan 2004-2006). *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*. Hal. 20-76.

- Mulyati, Y., Mailinarti, dan Masruri. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*. Hal. 201-228.
- Notoatmodjo. (2003). *Ilmu Kesehatan Masyarakat (prinsip-prinsip dasar)*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Purwanto, N. (2000). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sabrina, Y.A. dan Siti, K. (2011). Pengaruh Brand Personality pada Brand Trust, Brand Attachment, Brand Commitment, dan Brand Loyalty. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 18, No. 2, hal. 114 – 125.
- Saputra, I. G. G. (2016). Respon Wisatawan Terhadap Pengembangan Batur Global Geopark Bali. *Jurnal Jumpa*. Hal. 77-94.
- Sari, A. R. (2016). Studi Tentang Kualitas Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas Remaja Di Kecamatan Samarinda Utara. *eJurnal Administrasi Negara*. Hal. 1-12.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Severi, E. and Ling, K. (2013). The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. *Asian Social Science*, 9(3).
- So, K., King, C., Sparks, B. and Wang, Y. (2014). The Role of Customer Engagement in Building Consumer Loyalty to Tourism Brands. *Journal of Travel Research*, 55(1), pp.64-78.
- Soehadi. (2005). *Effective Branding : Konsep Dan Aplikasi Pembangunan Merek yang sehat Dan kuat*. cet.1, Bandung : PT. Mizan Pustaka
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suhadi, G. (2003). *Usaha Perbankan Dalam Perspektif Hukum*. Kanisius, Yogyakarta.

- Sukardi, D. K. (1987). *Bimbingan Karir Di Sekolah-Sekolah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suktojo, H., dan A., Sumanto Radix. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Hal. 216-228.
- Sumantri, B. A. (2014). Pengembangan kapasitas institusi perbankan syariah dalam penyediaan infrastruktur jaringan, sdm dan produk. *Jurnal Eksyar*. Hal. 1-17.
- Suryawan, S. dan Dharmayanti, D. (2013). Analisa Hubungan Antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis Grans City Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Hal. 1-10.
- Temporal, P & KC. Lee. (2002). *Hi-Tech Hi-Touch Branding*. Terjemahan Anastasia. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*. Hal. 65-78.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Cetakan Kelima. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Udomkit, N. and Mathews, P. (2015). The Analysis of Bangkok Coffee Chain's Consumers and the Influence of Brand Personalities on their Purchasing Decision. *Global Business Review*, 16(3), pp.415-424.
- Utari, M. D., Rahyuda, I. K., dan Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Komitmen Dan Kepercayaan Merek, Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Hal. 67-79.
- Wahyuni, S. (2015). Kepribadian Merek dan Ikatan Emosional Merek Terhadap Loyalitas Merek Tabungan Bank Umum Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Hal. 336-346.
- Warno. (2016). Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Infak dan Shodaqoh (ZIS) Dalam Penerapan UU Pengelolaan Zakat No. 23 Tahun 2011 Pada Lembaga Pengelola Zakat. *Jurnal STIE Semarang*. Hal. 157-179.

Yi, Y. and Jeon, H. (2003). Effects of Loyalty Programs on Value Perception, Program Loyalty, and Brand Loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(3), pp.229-240.

Yoo, M., and B. Bai. (2012). Customer Loyalty Marketing Research: A Comparative Approach between Hospitality and Business Journals. *International Journal of Hospitality Management*, 33:166-77.

Zuhroh, S. (2012). Mediasi Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Pada Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Hal. 416-439.

Sumber Online:

1. Pengertian stimulus. < [https://id.wikipedia.org/wiki/Stimulus_\(fisiologi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Stimulus_(fisiologi)) >. Diakses tanggal 25 September 2017.

2. Attitude. < <http://tugasfirewall2.blogspot.co.id/> >. Diakses tanggal 25 September 2017.

3. Pengertian Stimulus. < https://www.kompasiana.com/rahfisa/stimulus-dan-respon_552fdac06ea83477528b4577 >. Diakses tanggal 7 Oktober 2017.

4. Loyalitas Konsumen. < <http://digilib.unila.ac.id/1429/7/BAB%20II.pdf> >. Diakses tanggal 9 Oktober 2017.

5. Behaviour. < <https://yohanaratihep.wordpress.com/2013/02/22/makalah-konsep-perilaku/> >. Diakses tanggal 2 November 2017.

6. Loyalitas Konsumen. < <http://businessnthings.com/cara-menciptakan-loyalitas-konsumen-terhadap-merek-anda/> >. Diakses tanggal 2 November 2017.