

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Aaker, David A. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Angelova, B. and Zekiri, J. (2011). Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* October 2011. Vol. 1, No.3.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No.2 Agustus 2007.
- Azize, et al. (2011). *The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty: An Empirical Research On Global Brands*.
- Bilson, Simamora. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bilson, Simamora. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F. (2001). *Consumer Behavior*. Ohio: South-Western.
- Brakus, et al. (2009). *Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty*.
- Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Chitty, B., Ward, S. & Chua, C. (2007). An Application of the ECSI Model as a Predictor of Satisfaction and Loyalty for Backpacker Hostels. *Marketing Intelligence & Planning*, 25, 563-580.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Davidson, William. R., et al. (1998). *Retailing Management*. Sixth Edition. New York: John Willey & Sons.
- Davies, G. Chun, R., Da Silva, R. and Roper, S. (2003). *Corporate Reputation and Competitiveness*. London, UK: Routledge.
- Delgado & Aleman. (2001). *Brand trust in the context of consumer loyalty*.

- Ercis, A. (2012). *Pengaruh Brand Experience pada Brand Loyalty: Brand Satisfaction dan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada: Konsumen Cafe)*.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F. Jr. , Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hartono. (2004). *Statistika untuk Penelitian. Pekanbaru: Lembaga Studi Filsafat, Kemasyarakatan, Kependidikan dan Perempuan*.
- Hasan, Alwi. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop sebagai Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. Vol. 13, No. 1, Hal. 189-204.
- Ho, C., and Wonglorsaichon, P. (2015). The Relationship Among Brand Awareness, Brand Image, Perceived Quality, Brand Trust, Brand Loyalty and Brand Equity of Customer in China's Antivirus Software Company. *UTCC International Journal of Business and Economics*.
- Husein, Umar. (1999). *Metode Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail, M.B.M. (2016). An Analytical Study on Relationship between Brand Image and Customer Satisfaction. *ISBR Management Journal*. Vol. 1 Iss: 2, pp. 1-11.
- Jamal, Ahmad, and Mark M.H. Goode. (2001). Consumer and Brands: A Study of Impact of Self Image Conggruence on Brand Preference and Statisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 19, No. 17, pp.1-22.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Armstrong, G. (2012). *Prinsip –prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Krisopras, A., & Giantari, I.G.A.K. (2016). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility dan Inovasi Produk terhadap Brand Loyalty Starbucks Coffee Di Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5, No.4, Hal. 2396-2423.
- Kusuma. (2014). *Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyaltymelalui brand satisfaction dan brand trust, Harley Davidson di Surabaya*.
- Simamora, B., & Lim, J. (2002). *Aura Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan Keenam. Bandung: Penerbit Alfabeta,.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.

