

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed.H.M dkk.(2015).The Influence Of Brand Image And Brand Personality On Brand Loyalty. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*.Vol.9.No.7.Hal 493-497.

Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Bandung, Alfabeta.

Andreani, F., T.L. Taniaji, R.N.M. Puspitasari, (2012). The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as A Mediator in McDonald's.*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1): 64-71

Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F.B., dan Akram, S.N. (2011). *Impact of Brand Image, Trust And Affect on Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role of Brand Loyalty*. International Journal of Economics and Management Sciences Vol. 1, No. 5.

Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson-Learning.

Burmann, C., K. Schaefer, P. Maloney, 2007. Industry image: Its impact on the brand image of potential employees. *Journal of Brand Management*, 15(3): 157-176.

Burmann, C., K. Schaefer, P. Maloney, 2008. Industry image: Its impact on the brand image of potential employees. *The Journal of Brand Management*, 15(3): 157-176

Dehdashti, Z., M.J. Kenari, A. Bakhshizadeh, (2012). The impact of social identity of brand on brand loyalty development. *Management Science Letters*, 2: 1425–1434.

Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Efendy.P dan Audya.Y.S.(2015). Analisa Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Di Restoran D'Cost Surabaya.*Jurnal Perhotelan*. Hal 613-627.

Eunju.S dan Jinwoo.P.(2017). A Study On The Impact Of Airline Corporate Reputation On Brand Loyalty.*Journal International Business Research*. Vol.10.No.1.Hal 59-67.

Franzen, G., dan Moriarty, S. 2009. *The Science and Art of Branding*. New York: M.E. Sharpe, Inc.

Gelder, S.V. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.

Ghozali.I.(2011).*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan.M.I.(2002).*Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*.Bogor:Ghalia Indonesia.

Hsieh, C.K. Li, 2008. *The moderating effect of brand image on public relations perception and customer loyalty*. Marketing Intelligence & Planning, 26(1): 26-42.

Janita, Dewi. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding*. Jakarta: Amara Books.

Jing, Zhang. *et al.* (2014). The Relationship of Brand Equity Dimensions: A Case Study of Samsung Brand in Thailand. *European Journal of Bussiness and Management*. Vol.6, No.16:182-189. ISSN 2222-1905.

Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks

Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta,Prehallindo.

Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., (2004), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan,Jilid 2, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks

Kotler.P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler.P. (2006). *Marketing Manajemen*. PearsonEducation.Inc.

Kotler.P.& Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip & Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*,Edisi 13, jilid I Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler.P.& Keller,K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: T. Indeks

Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler.P.(1992).*Marketing Management Analisis,Perencanaan,Implementasi,dan Kontrol* Edisi Keenam.Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, Measuring, Managing Customer-based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57 (1), 1-22.
- Kotler.P.(1997).*Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e Analisis,Perencanaan,Implementasi,dan Kontrol*.Jilid 1.Jakarta:PT.Dadi Kayana Abadi.
- Kotler.P.(1997).*Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e Analisis,Perencanaan,Implementasi,dan Kontrol*.Jilid 2.Jakarta:PT.Ikrar Mandiriah.
- Khan, O. (2012). Towards understanding customer loyalty: An empirical study on emotional attachment. *International Journal of Innovation in Business*, 1(3), 241-267.
- Kusuma, Yohanes Surya, 2014, *Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1.
- Laksana, Fajar, (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Lambert, D. M., Cooper, M. C., dan Pagh, J. D. (1997). "Supply Chain Management: More than a new name for Logistics". *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 8, No. 1, pp. 1-14.
- Melisa.Y.(2012).*Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh*.Jurnal Manajemen.Vol.1.NO.1.Hal 1-20.
- Md.S.S and Shaari.H.(2016) The Direct and Indirect Influence of Brand Image, Brand Experience, and Brand Personality on Brand Loyalty. *Jurnal Pengurusan*. Hal 1-18
- Nailis.W.(2016). Faktor Yang Menentukan dan Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Analisis Pelumas Kendaraan Bermotor Di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*. Vol.14.No.3.Hal 419-436
- Nugroho, Farid Yuniar., (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

- Nguyen, N. & Leblanc, G. (2002). *Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8, 277-36.
- Obeid.G.M., Hafiez.A.A.H., Almohaimmeed.B., Al-Tit.A.A.(2017). The impact of product performance on brand loyalty mediated by customer satisfaction: Study in Sudanese service industry . *International Journal of Advanced And Applied Sciences*,4(1):116-122
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek & Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Erlangga.
- Riyono.G.E, Budiharja, (2016), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati, *Jurnal Stie Semarang* Vol 8. No. 2.
- Septian.R.(2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepatu Converse. Hal 1-62.
- Severi, E. dan K. C. Ling. 2013. The Media- ting Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. *Asian Social Science* 9(3): 125-137.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Prentice Hall.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran jasa*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ulusu, Y., 2011. Effects of brand image on brand trust. *Journal of YasarUniversity*, 24(6): 39323950.
- Umar.H.(1999).*Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2013. Dimensi Citra Merek dalam Perspektif Komunikasi Merek. *Jurnal Komunikasi* Vol. 2 No. 1

Zakladna, U., M. Ehrl, 2011. Effect of the Chinese acquisition on the brand image of Volvo Cars. *Mälardalen University*.

Kompasiana. *Fenomena Fashion Indonesia* (2017) diperoleh dari <https://www.kompasiana.com/anisadina/5a087c8e63b2484731588782/fenomena-fashion-indonesia>

Idntimes. *info barang branded* (2017) diperoleh dari <https://business.idntimes.com/finance/putri-wahyudewi/ini-penjelasan-kenapa-harga-barang-branded-bisa-mahal-banget/full>

Badan Pusat Statistik. *Data jumlah penduduk indonesia* (2016) <https://www.bps.go.id/>

Maulana, Amalia E. 2010. *Brand, Branding dan Peranannya bagi Perusahaan*, (<http://amaliamaulana.com/blog/brand-branding-dan-peranannya-bagi-perusahaan/>, diakses 13 September 2014).

