

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, M. dan Bunga, D. F. (2017). Faktor Pembentuk Brand Loyalty: Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust Dan Brand Image (Telaah Pada Merek H&M Di Kota Dki Jakarta). *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. ISSN: 1410-4571, E-ISSN: 2541-2604
- Bambang, A. Rahma Lubis. N.D (2017). Pengaruh *Brand Image, Brand Personality, Brand Experience* Terhadap *Brand Love* Dampaknya Pada *Brand Loyalty* Gayo Aceh Coffee Pt. Oro Kopi Gayo Kabupaten Aceh Tengah, 8(3), 158-184.
- Bungin, B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Bimanthoro, M. 2017. Analisis Pengaruh *Brand Experience* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Pengguna *Notebook*. Naskah Publikasi.
- Bramantya. (2014). Engaruh Kepribadian Merek, Loyalitas Merek, Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Smartphone Apple Di Surabaya. Artikel Ilmiah
- Durianto, D. Sugiarto. Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui 94 Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kertamukti, Rama. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan. Jakarta. Rajawali Pers.
- Kusuma, S. Y. (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, (2014) 1-11
- Lastovicka, J.L. & Sirianni, N.J. (2011). Truly, madly, deeply: Consumers in the throes of material possession love. *Journal of Consumer Research*, 37, 2, 323-342.

- Lumba, G.M. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya. *AGORA* Vol. 7, No. 1
- Made Dwi Utari dkk. (2017). Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Komitmen Dan Kepercayaan Merek, Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 1.
- Panjaitan, A.O.Y., Rofiaty., Sudjatno. (2016). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Kuliner Khas Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 3 No.2, 141-161
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung. Alfabeta
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U. & Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding Memahami Dan Merancang Strategi Merek*. Cetakan Pertama. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Ubud, S. U. dan S. (2016). Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Kecintaan Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Restoran Waralaba, 6(3), 333–348.
- Utari, D. M. dkk. (2017). Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Komitmen Dan Kepercayaan Merek, Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 1
- Yasri, R. Dan D. S. (2014). Pengaruh Komunitas Merek (Community) Dan Personalitas Merek (Brand Personality) Terhadap Loyalitas Merek Oriflame Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* Volume 3, Nomor 1.