

DAFTAR PUSTAKA

- Lumba , maria gracella 2019. peran *brand love* terhadap *brand loyalty* dan willingness to pay premium Price pada pembelian iphone di Surabaya.
- Kusuma lisa, dan Dr. Wilma Laura Sahetapy, S.S.,M.Hum 2019 .peranguh harga produk,kualitas prooduk dan kualitas pelayanan terhadap *brand love* melaalui kepuasan konsumen pada koi the Surabaya.
- Lubis A.rohman 2017 .pengaruh *brand image* ,*brand persoalty* ,*brand experience* terhadap *brand love* dampaknya pada *brand loyalty* gayo Aceh coffe .PT.Oro kopi Gayo kabupaten Aceh Tengah . Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan Vol. 8, No. 3, November 2017: 158-184.
- Ristanti Desi 2019 .Pengaruh *brand image* ,*brand trust* ,*brand awareness* dan *product quality* terhadap *brand loyalty* sari roti.(studi pada konsumen sari roti malang)e – Jurnal Riset Manajeme.
- Dwiputranto Muhammad reza Hariedhi 2017 .Peangaruh *brand iamge* dan *product Quality* terhadap *brand love* dan *brand loyalty* pada pengguna mobil honda jazz. JOM Fekon Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017.
- Wahyuni sri 2015. Kepribadian merek dan ikatan emosional merek terhadap loyalitas merek tabungan bank umum syariah. Vol.19, No.2 Mei 2015, hlm. 336–346.
- Ratnawati Alifah dan Lestari Anisa ayu 2018.Peran *brand trust* dalam mediasi *brand experience* ,*brand personalty* dan brand community terhadap *brand loyalty* . EKOBIS Vol.19, No.2, Juli 2018.
- Utari Made dwidan rahyuda I katut 2017. Pengaruh kepribadian merek terhadap Komitmen dan kepercayaan merek ,serta dampaknya terhadap loyalitas merek Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 1, Februari 201768.
- Rimiyati hasnah dan catur widodo 2014. Pengaruh citra merek ,kualitas produk ,kepuasan konsumen terhadap loyaliytas konsumen merek Samsung galaxy series .(studi pada mahasiswa universitas Yogyakarta) Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. JURNAL MANAJEMEN & BISNIS.

- Rachmawan Ade 2018 .Analisis pengaruh kualitas produk ,*brand trust* ,*brand image* dan kepuasan pelanggan terhadap *brand loyalty* pada Air Mineral Aqua .(studi kasus pada konsumen Air Mineral Aqua di wilayah tangerang selatan . Vol. 2 No.1 / Okt 2018 .
- Ujang Sumarwan 2014 .Teori dan penerapan pemasaran.Hak cipta di lindungi oleh Undang-Undang Nomor 19 tahun 2002 .Ghalia Indonesia :bogor J.Supranto dan Nandan Limakrisma 2017.Perilaku konsumen dan Strategi pemasaran (untuk memenangkan persaingan bisnis.)
- Warania Swasty 2016 .Memahami dan merancang Strategi Merek .(PT.Remaja Rosdakarya offse bandung).
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie L. 2004. Consumer Behavior (eight edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Tjiptono. 2005. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Andi Offset Yogyakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi 8. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2003. Dasar – Dasar Pemasaran Jilid I Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek) Edisi Pertama.Depok: Salemba Empat.
- Mowen, J dan Minor, M. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.Schiffman dan Kanuk. 2007. Consumer Behaviour. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2009). Marketing Management 13th Edition.Singapore: Prentice Hall.
- Rangkuti, Freddy. (2012). The Power of Brands. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.Suddin, Lada, et.al. (2014). Moderating role of product involvement on The relationship between brand personality and brand loyalty. Journal of Internet Banking and Commerce.
- Aaker, J.L. 1997. Dimensions of Brand Personality. Journal of Marketing Research, Vol. 34 No. 3, pp. 347 – 356.

- Schiffman, L. dan L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Surachman, S.A., (2008), *Dasar-Dasar Manajemen Merek*, Bayumedia Publishing, Malang. Rodrigues, P., Ferreira, P., & Rodrigues, Pedro. (2016). Brand experience leads to brand love – parfois case. Retrieved From File: <https://www.researchgate.net/publication/300107619>.
- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93, 119–135.
- Ismail, Ahmed Rageh & Spinelli, G. (2012). *Effects of brand love, personality and image on word of mouth*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 16 No. 4
- Carroll, B. & Ahuvia, A. 2006. Some Antecedents And Outcomes Of Brand Love. *Marketing Letters*, 17(2), 79-89.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Durianto, D. Sugiarto. Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui 94 Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ubud, S. U. dan S. (2016). Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Kecintaan Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Restoran Waralaba, 6(3), 333–348
- Hwang, J., & Kandampully, J. (2012). The role of emotional aspects in younger consumer-brand relationships. *Journal of Product & Brand Management*, 21, 98–108. <http://doi.org/10.1108/10610421211215517>
- Hartini, Cindytha Putri. 2015. Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Brand Love Dan Brand Loyalty Pada Pengguna Pada Pengguna Produk Apple Iphone Di Kota Pekanbaru. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Perks, H., (2005). “Effects of consumer perceptions of brand experience on the web: brand familiarity, satisfaction and brand trust”. *Journal of Consumer Behavior*. 4 (6), 438–452.
- Rathnayake, C. V. (2008). “Brand Personality And Its Impact On Brand Feelings: A Study Among Young Television Viewers”. *South Asian Journal Of Management*, 15(2), 7-24.

Anindhita, Wiratri; Arisanty, Melisa & Rahmawati, Devie. 2016, Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Online (Studi Pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi).