

Daftar pustaka

- Albert, N. dkk. (2013). "The Role Of Brand Love In Consumer-Brand Relationships." *Journal Of Consumer* "Journal Of Marketing, 30(3), 258–266.
- Babin, Zigmund. 2011. *Menjelajahi riset pemasaran edisi kesepuluh*. Penerbit selemba empat. Jakarta.
- Bambang, A. Rahman Lubis, dkk (2017) "Pengaruh brand image brand, brand personality, brand experience terhadap brand love dampaknya pada brand loyalty Gayo Aceh Coffee PT. Oro Kopi Gayo Kabupaten Aceh Tengah" *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan, Vol. 8, No. 3, (hal 158-184)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Syiah Kuala.
- Cahyo, Nur Widodo dan Wahyudi Lilik. 2009. "Analisis pengaruh Kepercayaan Atas Merek Pada Ekuitas Merek". *Jurnal Binsis dan Manajemen, Vol. 9 No. 1*
- Carroll, B. & Ahuvia, A. 2006. *Some Antecedents And Outcomes Of Brand Love. Marketing Letters*.
- Doorstar, M., Asil S.M., Behrang N. 2013. Factors & Elements Influencing Brand Loyalty : A Case Study In Customers Of Khazar Gaz In Mazandaran. *International Journal of Agriculture and crop sciences 6 (11): 712 -715*
- Ganang Tri Setyanto (2012) "Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada konsumen obat batuk komix". Fakultas ekonomi universitas muhammadiyah surakarta.
- Ghazali, 2013. "Aplikasi analisis multivariate dengan program spss". Semarang, Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultekin, B & Turgut, M.U. *The Role Of Brand Loyalty, Customer & Brand Related In The Gas Station Industry In Turkey. International Journal of Arts and Commerce 2 (11): 29 -40*
- Husain, Herdiyanto, dkk (2017). "Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada penggunaan air minum kemasan Arindro Kota Kendari". *Jurnal mega aktiva Volume 6, Nomor 1, April 2017*.
- Khan, M.N., Aabdean, Z.U., Salman, M., Nadeem B., Rizwan M. 2016. The Impact of Product & Service Quality on Brand Loyalty: *evidence From Quick Service Restaurants. American Journal of Marketing Research 2(3) : 84 -94*.

- Maheshwari,V., Lodorfos, G & Jabobsen, S. 2014. Determinants Of Brand Loyalty: A Study Of The Experience –Commitment –Loyalty Constructs. *International Journal of Business Administration* 5 (6):178-185
- Maria Gracella Lumba (2009). “Perana brand love terhadap brand layality dan willingness to pay premium price pada pembeli iphone di Surabaya” *Agora Vol. 7, No. 1(2019) (hal 121-131)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen PetraJl. Siwalankerto, Surabaya.
- Nuddin, Andi Khalishah (2017) “Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan dan Kepercayaan Merek Dalam Membangun Loyalitas Merek”. Yogyakarta february 2017.
- Rafiq, Muhammad (2009) .”Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap merek terhadap loyalitas merek”. *Jurnal optimal VOL. 3, NO.1 Maret 2009*.
- Saidi (2005).“Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek” *majalah ilmiah kopertis wilayah VI, volume XV nomer 23*.
- Suharso dan Retnoningsih Ana. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux. Semarang: CV. Widya Karya
- Tingkir, Cindy Fransisca (2014). “Pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek melalui citra merek, dan kepercayaan merek Toyota” *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis (hal 2541-2604)*. Jl. Kemang Raya No. 35, Kebayoran Baru-Jakarta Selatan.
- Ubud,Suhnas ,dkk (2016) “Strategi hubungan merek, komitmen,kecintaan terhadap loyalitas merek terhadap restoran waralaba” *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VI, (hal 333 -348)*.Universitas Trilogi, Jakarta dan Universitas Brawijaya, Malang
- Yuli .Wahyu, dkk(2017) “Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek”. Fakultas Ilmu AdministrasiUniversitas Brawijaya tahun 2009/201