

Daftar Pustaka

- Ardanari. *Customer satisfaction pengaruhnya terhadap brand preference dan repurchase intention private brand*,
- Asmarajaya. KA. 2018. “Tingkat kepercayaan, kualitas layanan, brand preference dan minat menabung.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.15(1), 1829- 8486.
- Ayu. YSP. 2009. *Pengaruh perceived quality, perceived value, brand preference, consumer satisfaction, dan consumer loyalty pada repurchase intention*, Skripsi. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Batubara, M. F; Kharisma, N. 2016. Pengaruh brand trust indihome terhadap loyalitas pelanggan dikota bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2414-2420
- David. AA. 2015. “*Pengaruh Brand Image dan kualitas produk terhadap Brand Preference dan minat loyalitas konsumen*”. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dharmayana, I. M, Arya & Rahanatha, Bayu, G. 2017. Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan kepuasan Konsumen terhadap niat membeli kembali. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2018-2046.
- Dharmayanti, Diah. 2015. Analisa pengaruh brand experience terhadap customer loyalty melalui brand trust, customer satisfaction dan customer intimacy sebagai variabel intervening pada kiehl’s Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1 (1), 1-10.
- Dirbawanto, N. D; Endang, S. 2016. Pengaruh customer experience dan brand trust terhadap customer loyalty. *Management Analysis Journal*, 5(1), 70-76.
- Emor. AM. “ Analisa ekuitas merek terhadap intensi pembelian melalui preferensi merek.” .2303-1174.
- Fitriandari . WD. *Hubungan antara body image dan gaya hidup konsumtif dengan harga diri remaja perempuan*. Universitas Sebelah Maret, Surakarta.
- Hadinata, M. 2013. Studi Pengaruh trust, commitment, communication, conflict handling terhadap customer loyalty di Bank Mandiri Suraaya. *Jurnal ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1-16.
- Hardjanti. A. 2011. “Peran brand image, trust dan awareness terhadap behvioral intention melalui brand preference, cistomer perceived value dan satisfaction.” *Jurnal bisnis dan akuntansi*. 13 (2), 91-92.

- Indarjo, Mispan. 2002. Proses Pengembangan komitmen Hubungan pemasaran jangka panjang. *Jurnal sains pemasaran Indonesia*. 1(2), 152-161.
- Kamilah. N .” Pengaruh perceived quality dan customer satisfaction terhadap repurchase intention melalui brand preference sebagai variabel intervening.”
- Morgan, R. M; Shebly, D. H. 1994. The comitment trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Mulyana dan Puspitasari. 2009. Pengaruh komunikasi dan kepuasan Terhadap kepercayaan dan komitmen Untuk melakukan hubungan pemasaran Jangka panjang. 10 (2), 344-353.
- Ningsih, S. M. 2014. The Influence of Cusomer Satisfaction, Switching cost and trustd in a brand on customer loyalty. *Procedia Social and Behavioral Science*, 143(2014), 1015-1019.
- Nofriana, Wika. 2005. Pengaruh trust dan switching cost terhadap komitmen pelanggan (studi pada pelanggan KFC Veteran Kota Padang). Universitas Negeri Padang. Padang.
- Pertiwi. P. 2008. *Pola Pikir dan tindakan mahasiswi solo pengguna skincare Larissa*, Skripsi. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Purwanto. E. *Preferensi merek sebagai pemediasi pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap loyalitas konsumen*, Skripsi. Universitas Brawijaya, Malang.
- Puspita GC. 2017. “Investasi keinginan konsumen wanita membeli produk green skincare dengan model pro enviromental planned behavior.” *Jurnal sains dan seni ITS*.6(2), 2337-3520.
- Qorry. DP. “ The determinant of consumer preference to development consumer loyalty hospital industry.” *Media Bina Ilmiah*. 2651-3505.
- Rafiq . M .2008. “Pengaruh kepercayaan konsumen pada merek terhadap loyalitas”. *JMK* . 6(2).
- Rahayu. DD. 2018.” The influence of experiential marketing and brand trust on customer satisfaction and customer loyalty.” *The 2nd Internasional Conference on Technology, Education, and Social Science*.
- Rahmaputri. G. 2018.” Pengaruh green brand awareness, green brand image, green brand satisfaction, green brand trust terhadap green brand preference.” *e- Proceeding of Management*. 5(2), 2355-9357.

- Rienaldo. Y. 2012. *Preferensi terhadap merek pada konsumen*, Skripsi. Universitas Indonesia, Depok.
- Rini, A.S, Eka S. 2011. Pengaruh brand trust, customer satisfaction, dan corporate social responsibility terhadap brand loyalty. UNUD. Bali.
- Sari, N. K, Lili A. W.,. 2014. Upaya menciptakan customer delight melalui service excellence Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali (Survei terhadap Tamu SIP Member yang Menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*. 4 (2),783.
- Sari. DKK. *Upaya menciptakan customer delight melalui service excellence*, Skripsi. UPI, Bandung.
- Soegoto, A. S. 2013. Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1271-1283.
- Soegoto. AS. *Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen*, Skripsi. Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Sudarsi. S. 2008. "Customer Delight dan Loyalitas pelanggan." *Fokus Ekonomi*. 7 (1), 44-51.
- Sutrisno. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Customer Relationship Management terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 27-41.
- Sylvia, T. D; Sugiarto; Mudianto. 2016. Analisis pengaruh kreativitas display dan promosi dtore aid terhadap customer delight dalam meningkatkan keputusan pembelian. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 15(3), 181-192.
- Tubagus. GS. *The relation between brand personality and self congruence of a muslim woman cosmetics*, Skripsi. Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Widyastuti, S; Asri M. 2015. Assesing the effect of service quality and customer delight toward customer loyalty of small medium enterprise blenger burger. *Forum bisnis & Kewirausahaan*. 4(2), 62-73.
- Wolor, C.W, Hendy, E. 2017, The Transformation of Customer Satisfaction Become Customer Delight. *Case Studies in Business and Management*, 4(2), 109-129.
- Wulandari. NMR. 2015. "Pengaruh Celebrity endorser brand image, brand trust terhadap keputusan pembelian." *E-jurnal manajemen unud*.vol. 4 (11), 2015: 3909-3936.

Yasa. NK. *Pengaruh ekuitas merek terhadap preferensi merek dan niat beli konsumen pada produk iphone*. Skripsi. Universitas Udayana, Bali.

Yazid. 2006. Faktor-Faktor yang mempengaruhi loyalitas. *Kajian Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 113-127.

Zuhroh. S. 2012. "Mediasi Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Merek pada pengaruh kepribadian merek terhadap loyalitas." *Jurnal ekonomi dan keuangan*. 80, 1411