

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Edisi Kelima cetakan Revisi, Bandung : Alfabeta.*
<https://doi.org/10.1016/j.knosys.2008.03.040>
- Arikunto. (2013). *Metodelogi Penelitian, Suatu Pengantar Pendidikan. Rineka Cipta, Jakarta.*
- Chao, R., Wu, T.-C., I-Shou, & Yen, W.-T. (2015). The Influence of Service Quality , *Brand Image* , and Customer Satisfaction on *Customer Loyalty* for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(1), 59–67. <https://doi.org/http://doi.org/10.7289/V5/TM-NMFS-OPR-55>
- Farida. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang]. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–15.
- Griffin, R. (2006). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. MIT Press Books.*
<https://doi.org/10.1109/IEMDC.2003.1210404>
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). The Influence of Product Quality , *Brand Image* , and Quality of Service to *Customer Trust* and Implication on *Customer Loyalty* (Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province). *European Journal of Business and Management*, 6(29), 159–166.
- Ismail, M. (2014). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek* (Cetakan Pe). Kediri: IPB Press.
- Keller, K. dan. (2008). Philip Kotler. In *Guide to Management Ideas & Gurus* (hal. 261–262).
- Kotler dan Armstrong, 2008. (2008). Philip Kotler. In *Guide to Management Ideas & Gurus* (hal. 261–262).
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Emba*, 1(3), 284–293.
- Mohammad Haghghi. (2012). Evaluation of factors affecting *Customer Loyalty* in the restaurant industry. *AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT*, 6(14). <https://doi.org/10.5897/AJBM11.2765>

- N.Marta, A. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 5(1), 408–417.
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of *Customer Trust* on *Customer Loyalty*. *Journal of Service Science and Management*, 6(1), 96–109. <https://doi.org/10.4236/jssm.2013.61010>
- Noor, M. F. (2014). PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*. *IMAGE, Volume III*, 127–140. <https://doi.org/10.1006/jfca.2000.0910>
- Oliviana, M., Mananeke, L., & Mintardjo, C. (2017). PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN WOM (WORD OF MOUTH) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RM.DAHSYAT WANEA. *Emba*, 5(2), 1081–1092.
- Poenaru, A., & Halliburton, C. (2011). Service Outcomes -- I: Antecedents and Outcomes of Cognitive and Affective Customer Trust: A Multi-Channel Perspective. *AMA Summer Educators' Conference Proceedings*, 22, 509–510.
- Prasetyo, W. B. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes purwodadi). *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, 1–13.
- Ria Yunita Dewi, Yulianeu, Andi Tri Haryono, E. G. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara online dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com). *Journal Ilmiah, 1*(Manajemen), 1–7.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk,Harga,Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang, ISSN : 2252-826*, 8(2), 92–121. <https://doi.org/2252-826>
- Susilowati dan Wufron. (2017). IMPLIKASINYA TERHADAP *BRAND LOYALTY* (*PRODUK DODOL PT . HERLINAH CIPTA PRATAMA*). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17, 024–034.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran (ketiga)*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality & Satisfaction. In *Edisi 4* (hal. 506). <https://doi.org/10.3389/fgene.2015.00293>
- Utami, S. (2015). The onfluence of *Customer Trust* on *Customer Loyalty*. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(7), 638–653.

- Wahyuni, A. T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–17.
- Weenas, J. R. S., Produk, K., Produk, K., Dan, P., Pelayanan, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comporta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.3164/jcbn.11-013FR>
- Widiaswara dan Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Journal of Management*, 6(4), 1–15. Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18065>
- Yolanda, E., & Alamsyah, D. P. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Pandangan Kualitas Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada McDonald's Bandung. *Ecodemica*, 1(1), 75–84.
- Yousafzai, S., Foxall, G., & Pallister, J. (2007). *Technology acceptance: A meta-analysis of the TAM: Part 1. Journal of Modelling in Management* (Vol. 2). <https://doi.org/10.1108/17465660710834453>
- Zuhro, M. B. S. (2015). Loyalitas Pelanggan. *BISNIS*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.1109/ICCSN.2011.6014200>