

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, dan Erich Joachimsthaler. 2000. *Brand Leadership*. New York: The Free Press.
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (2014). Statistic. [online]. <http://www.aisi.or.id/statistic/>.
- Anonym, 2010, *Kuliah 10: Sampling*, <http://www.google.com>
- Azwar, Saifudin, 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ballester, Elena Delgado dan Munuera-Aleman, J. L. 2001. Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*.
- Bastian, Danny Alexander. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1, Hh. 1-9.
- Dharmmesta, B.S., Irawan (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Delgado-Ballester, E. *et. al.* 2003. Development And Validation Of A Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research (Online)*, Vol. 45, No. 1, pp. 35-54, (<http://www.csom.umn.edu>, diakses 9 Maret 2012).
- Evelina, Nela, DW, Handoyo, & Listyorini, Sari. 2012. *Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi, terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomflexi (Kudus)*. Universitas Diponegoro. Semarang. Hal i.
- Ferrinadewi, Erna. 2007. Pengaruh *Threat Emotion* Konsumen dan *Brand Trust* Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*. Vol.1. No.2.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Fristiana, Dessy Amelia. 2012. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ismani, Platomi. 2008. Pengaruh Citra Merek Pelumas Meditran Pertamina Terhadap Loyalitas Pelanggan (di Wilayah Depok). *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb Jr, Hair Jr, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Diterjemahkan oleh David Octaveria. Jakarta : Salemba Empat.
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. 1999. Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- M. Jeffry Fajar Putra. 2013. Pengaruh Kepercayaan Merek (*Trust in Brand*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Pada Pengguna *Sim Card* Merek IM3 (Studi Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Brawijaya).
- Musay, Fransisca Paramitasari. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Nurfitriana, Aan, Bagus Wijanarko, dan AditYA Nanda Priyatama. 2013. Hubungan Citra Merek dan Loyalitas Merek Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian *Body Lotion* Pada Mahasiswi Program Studi Psikologi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Radji, Djoko Lesmana. 2009. *Hubungan Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.10 (1) 17-34.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, M., B. Saidani, dan Y. Sari. 2012. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indoneisa*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-17.
- Schiffman, Leon, & Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*, Konsep dan Implikasi untuk strategidan penelitian pemasaran, Edisi pertama, cetak I. Bogor: Penerbit Kencana.
- Simamora, Bilson. (2004) *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia .
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.

Susanto, AB dan Himawan Widjanarko. 2004. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.

Trista, Nadia Lona, Apriatni EP, dan Saryadi. 2013. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Kota Semarang.

Wlansari, Anette. 2013. Pengaruh *Brand Trust* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 1 Nomor 2.

UU Merek Nomor 15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1

www.google.com