

## DAFTAR PUSTAKA

- Apsari, F. (2012). Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metroseksual. *Talenta Psikologi*, 01 (2), 191-192.
- Arikunto, S. (2009). *Prodedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agung. (2008). *Ada cinta di iklan pond's*. [Http://agungdsp.wordpress.com/2008/02/08/ada-cinta-diiklanpond](http://agungdsp.wordpress.com/2008/02/08/ada-cinta-diiklanpond).
- Alvian, B. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Polman. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.
- Ashari, N. A. (2012). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger Terhadap Minat Membeli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Social dan Politik Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Barner, J. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dahmiri, (2009), Pengaruh Bauran Penjualan Eceran Terhadap Citra Departement Store (Studi Pada Ramayana Departement Store Kota Jambi) *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*. 1 Januari-Juni 2009.
- Davis, Stanley B. And, David L. Goetsch, (2000), *Quality management : introduction to total quality management for production, processing, and services*. 3 Edition, New Jersey : Prentice Hall.
- Engel, F. James, Roger, D. Blackwell, Paul W. Miniard. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Farid Yuniar Nugroho. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Gaffar, Vanessa. (2007). *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Gerson, Richard F. (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Cetakan kedua, Jakarta: PPM.
- Griffin, Jill. (2002). *Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it I*. Kentucky : Mc Graw Hill.

- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gundar, Untung. (2013). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk mie instan. [Http://untung.gundar.blogspot.com/](http://untung.gundar.blogspot.com/). Diakses tanggal 22 April 2015.
- Hidayati, Suharyono dan Dahlan. (2013). Pengaruh citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal administrasi bisnis*. Vol.2 No.01.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Prentice Hall International Inc, Ninth Edition, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke-12 Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Alih Bahasa: Benyamin Molan. Edisi Ketiga. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Kumala, Oktaviantika Benazir. (2012). Pengaruh Word of Mount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lindawati, (2005), Analisis kesadaran merek, persepsi konsumen dan asosiasi merek dalam ekstensi merek pada produk merek lifebuoy di Surabaya, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. IV, No. 1, pp. 47-70.
- Lutiary Eka Ratri. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Mardalis, Ahmad. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2, Desember 2005.
- Marlia, E. (2004). Minat Membeli Telepon Genggam di Kawasan Plaza Simpang Lima Ditinjau Dari Harga Diri dan Pendidikan. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung..

- Musry, Jacky. (2004, Desember). Era Baru Pengukuran Loyalitas dari Satisfaction Hingga Enthusiasm, *InfoBank*, 309-309.
- Nurfitriana, Wijanarko, Aditya. (2012). Hubungan antara citra merek dan loyalitas merek dengan pengambilan keputusan pembelian body lotion pada mahasiswi Program Studi Psikologi Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Skripsi*. Surakarta : Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret.
- Ogi, Sulistian. (2011). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter. *Skripsi*. Kuningan. Fakultas Ekonomi: Universitas Ekonomi
- Parma, S. A. (2007). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Dalam Pembelian Kosmetik Melalui Katalog. *Jurnal Psikologi* , Vol. 2 (1), 3
- Rangkuti. Ferddy. (2002). *The Power of Brand. Teknik Pengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Senoaji. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Kota Semarang). *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Predana Media
- Sondoh, S. L., Omar, M. W., Wahid, N. A., Ismail, I., & Harun, A. (2007). *Asian Academy of Management Journal*, 83-107.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Prinsip & Dinamika pemasaran*. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta
- Tybout, A. M., Calkins, T. (2005). *Kellog on Branding*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc