

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU

- Ambadar, Jackie, Miranty, Abidin, & Yanty, Isa. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa.
- Chaudhuri, Arjun. 2006. *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. USA: Butterworth-Heinemann.
- Dewi, Ferrina. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Djaali & Pudji, Muljono. 2008. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Durianto, Darmadi. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Funk, Daniel C. 2008. *Consumer Behaviour in Sport and Events Marketing Action*. New York: Routledge.
- Glynn, Mark S. Arch G, Woodside. 2009. *Business to Business Brand Management Theory, Research and Executive Case Study Exercise*. USA: Emerald Group.
- Ibrahim Darwis. 2004. *Smart Selling "Fish Where the Fish Are*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Juliandi, Azuar & Sapriyal, Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU PRESS.
- Kotler, Philip & Waldemar, Pfoertsch. 2010. *Ingredient Branding Making The Invisible*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kumar, V. 2008. *Customer Lifetime Value, The Path to Profitability*. Hanover: Now Publisher.
- Kumar, V. 2008. *Managing Customer For Profit*. USA: Pearson Education.
- Lantos, Geoffrey P. 2011. *Consumer Behavior in Action*. New York: M. E. Sharpe Inc.
- Marimbo, Rizal Calvary. 2007. *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise!.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan, & Marjuki. 2000. *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Petter, J. Paul. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Siagian, Dergibson & Sugiarto. 2000. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2000. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sitinjak, Toni, Darmadi, Duriyanto, & Sugiarto, H. 2004. *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Srejeesh, S. 2014. *Mixed Method Research Design*. London: Springer.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Szwarc, Paul. 2005. *Researching Customer Satisfaction & Loyalty*. United States: Kogan Page Limited.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Ari Satriyo. 2005. *27 Siasat Jitu Menembus Pasar Sekaligus Meraih Posisi Pemimpin Pasar*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan! Perlukah?*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

## SUMBER INTERNET

<http://techno.okezone.com/read/2014/12/16/57/1079969/penjualan-ponsel-samsung-terseok-seok-xiaomi-meningkat>

<http://www.newmediafest.net/indonesia-pengguna-smartphone-terbesar-se-asia-tenggara>

## SUMBER JURNAL

Anggreiny Cecilya Lolowang and Peggy Adeline Mekel, *Brand Trust and Brand Effekt Have The Impact to Brand Loyalty Pond's Skin Care in Manado*, Jurnal EMBA, Vol.2, No.1, Maret 2014, Hal. 142-149, ISSN 2303-1174.

Delgado-Ballester dkk, *Does Brand Matter to Brand Equity?*, The Journal of Product and Brand Management 14. 2/3 2005: 187-196.

Gede Riana, *Pengaruh Trust in A Brand terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar*, Buletin Studi Ekonomi, Vol.13, No.2, Tahun 2008, ISSN 1410-4628, p. 187.

Ilham Akbar Nasution, Fakhрина Fahma, Murman Budijanto, *Kepercayaan Konsumen terhadap Merek dan Hubungannya dengan Loyalitas Merek Produk Mesin Cetak (Printer) Pada Mahasiswa Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta*, Seminar Nasional IENACO, 2013, ISSN 2337-4349.

Nischay K. Upamannyu, Chanda Gulati, Garima Mathur, *Effect or Brand Trust, Brand Image on Customer Brand Loyalty in FMCG Sector at Gwalior Region*, Scholar World-IRMJCR, Volume II, Issue II, April 2014, ISSN 2320-3145.

Talat Mahmood Kiyani, Mohammad Raza Ulah Khan Niazi, Riffat Abas, Imran Khan, *The Relationship Between Brand Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty (Evidence From Automobile Sector of Pakistan)*, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol.4, No.1, May 2012, p. 491.