

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen ekuitas merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Annisa, Mira. (2016). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek jasa kurir (studi kasus pada pelanggan Pos Indonesia di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Andrani, R. (2013). Pengaruh negara asal (*country of origin*), merek dan reputasi merek terhadap loyalitas merek. *Jurnal Ekonomi*. 2 (3), 24-36.
- Ambadar, J. Abidin, M & Isa,y. (2007). *Mengelola merek*. Jakarta Selatan: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Astuti, Nopriani. (2016). Hubungan citra merek dengan loyalitas merek pada konsumen mobil PT. Honda Semoga Jaya Semarang. *Jurnal Psikologi*. 4 (3), 439-448.
- Assael, Henry. (1992). *Consumer behavior and marketing action (fourth edition)*. Massachusetts: Kent Publishing Company.
- Azwar, S. (2003). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: PT. Bernas.
- Azwar, Saifudin. (2005). *Sikap manusia: teori & pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifudin. (2012). *Reliabilitas & validitas edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta : Pustaka belajar.
- Azwar, S. (2014). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, Saifudin. (2014). *Dasar-dasar psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azizah, Widiastuti.(2013) . hubungan kepuasan konsumen dengah loyalitas merek pada pengguna kartu prabayar simpati. *Jurnal psikologi*. 9 (1).
- Bastian, D.A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (*brand image*) dan kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap merek (*brand loyaliti*) ADES PT.Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2 (2), 1-9.

- Durianto, D. Sugiarto. & Sitinjak T. (2004). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dutka, Alan. (1994). *AMA hand book for customer satisfaction. NTC business book, lincolnwood, illinois*.
- Giddens, Nancy. & Hofmann, Amanda. (2002). *Brand loyalty*. Internet. Diakses melalui: <http://www.Extension.iastate.edu/agdm/wholefarm>. 1 juni 2016.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer loyalty, menemukan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta : erlangga.
- Gounaris, S. & Stathakopoulos, V. (2004). Antecedents and consequences of *brand loyalty*: an Empirical Study. *Journal of Brand Management*, 11(4), 283-306.
- Gobe, M. (2005). *Emosional branding*. Jakarta: Erlangga.
- Handayani, D,W. (2015). Hubungan antara kualitas produk dan harga dengan loyalitas merek pada pengguna produk *the body shop* Surabaya. *Thesis*. Surabaya: fakultas Psikologi Universitas Surabaya.
- Hadi,S. 1994. *Metodologi research Jilid 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadi,S. 1998. *Metodologi research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Hadi, S.(2000). Analisis butir untuk instrumen, angket, tes, dan skala nilai dengan BASICA. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Hadi, S. (2002). *Metode Research*. Yogyakarta : YPIP UGM.
- Hurlock, B.E. (1999). *Psikologi perkembangan: suatu perkembangan sepanjang rentang kehidupan* (edisi kelima). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hurriyanti, R. (2005). *Bauran pemasaran & loyalitas konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Indarti, C. (2010). Hubungan citra merek dengan loyalitas merek pada pengguna telfon seluler. *Skripsi*. Yoyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Indrajaya, R. (2008). *Jangan takut mulai bisnis*. Jakarta: MeBook.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Jewell, L.N, & Siegall, N. (1998). *Psikologi industri dan organisasi, psikologi terapan untuk memecahkan berbagai masalah di tempat kerja, perusahaan, industri organisasi (terjemahan dan meitasari)*. Jakarta : Aksara.

- Kartajaya, H. (2002). *Hermawan kertajaya on marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Khaihatu, T. (2011). *Manajemen pengemasan*. Yogyakarta: Perpustakaan Nasional.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen pemasaran (edisi kesembilan)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, p. (2000). *Manajemen pemasaran di Indonesia analisis, perencanaan implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan, Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P.(2002). “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2006). *Marketing management. 12th edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Manurung, D. (2009). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada penggunaan kartu pra-bayar simpati. *Jurnal Psikologi*. 5 (3), 16-36.
- Marconi, J. (1994). *Beyond branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Mowen, J. C .(1995). *Consumer behavior 4th*. Jersey: prentice Hall.
- Mowen, Jhon, C & Minor, Michael. (2002). *Prilaku konsumen (jilid II)*. Jakarta: Erlangga.
- Monks, F. J., Knoers, A. M. P & Haditono, S. R (2002). *Psikologi perkembangan, pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mulyadi. (2008). *Sistem perencanaan dan pengendalian manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Natisemito, A. (1996). *Management suatu dasar pengantar*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2002). *The power of brands teknik mengelola brand equity dan strategi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring customer satisfaction, teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan dan analisis kasus PLN-JP*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Rani, Astuti. (2009). Studi Tentang Loyalitas Merek Produk Pelembab “X” (studi pada mahasiswa ekonomi reguler II universitas diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*.6 (2).
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L.G & Kanuk, L. I. (2004). *Consumer behaviour 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall International L.td.
- Setiawan. (2007). Analisis Pengaruh Kegiatan Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Pada Customer. *Jurnal. Usahawan*. No. 4 h 1-3.
- Simamora, B.(2003). *Aura merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, T, A. (2003). *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk keperawatan*. Jakarta : Perpustakaan Nasional.
- Susanto, AB & Wijarnako H. (2004). *Power branding membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Jakarta Selatan: PT. Mizan Publika.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen pemasaran jasa perhotelan (dilengkapi dengan hasil riset pada hotel berbintang di Sumatra Utara)*. Yogyakarta: Deepublish publisher.
- Sudjatmoko, A. (2009). *Cara cerdas menjadi pengusaha hebat*. Jakarta selatan : Transmedia Pustaka
- Sumarsino, S. (2003). *Sumber daya manusia*. Internet. Diakses melalui: <http://humancapitaljournal.com/pengertian-sumber-daya-manusia/>. 6 mei 2016.
- Top Brand Award. (2016). Top brand award 2016. Internet. Diakses melalui: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1. 10 Oktober 2016.
- Trout, J. (2003). *A Genie’s windom petuah jin fabel tentang bagaimana seorang CEO belajar menjadi jenius dalam pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjahyadi, R, A. (2006). Brand trust dalam kontek loyalitas merek: peran karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan hubungan pelanggan – merek. *Jurnal Manajemen*, 6(1).

Viva, Cosmetikc.(2016). Viva kosmetik. Internet. Diakses melalui:
<http://www.vivacosmetic.com/>. 13 oktober 2016.

Wijono, Sutarto. (2010). *Psikologi industri dan organisasi* .Jakarta : Kencana.

Yasri, Rahmawati, Selvia, D. (2014). Pengaruh komunitas merek (*brend community*) dan personalitas merek (*brend personality*) terhadap loyalitas merek oriflame di kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. 3 (01), 106-118.