

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1996). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- Aaker, David. (2001). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- Ajzen, Icek. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes Vol. 50 Iss 2* : p.179-204
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Asya, Githa Yustika. (2018). “Pengaruh Identifikasi Merek, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Positif WOM Yang Dimediasi Oleh Cinta Merek Pengguna Produk *Fashion* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion Merek Adidas di Universitas Lampung)”. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung: Lampung
- Carroll, Barbara A., dan Ahuvia, Aaron C. 2006. Some Antecedents and Outcomes of Brand Love. *Market Lett.* 17: 79-89
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M.B. 2001. The Chain of effects from brand trust and brand effect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing.* (65) 2:81-93
- Chinomona, Richard. 2016. Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as Antecedents of Brand Loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies Vol. 7 Iss 1* : p.5
- Cooper, Donald R., dan Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi
- Dara, Ayu Laksmi. (2019). “Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Wardah”. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro: Semarang
- Darmadi, Duriyanto., dkk. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Detiknews (2018, 8 September). *Makin Banyak Orang Dewasa Terancam Penyakit Karena Kurang Olahraga*. Dikutip 6 September 2019 dari Detiknews: <https://news.detik.com/dw/d-4203279/makin-banyak-orang-dewasa-terancam-penyakit-karena-kurang-olahraga>

- Esterberg, Kristin G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. New York: McGraw-Hill
- Fetscherin, M., dan Heinrich, D. 2014. Consumer Brand Relationships: A Research Landscape. *Journal of Brand Management Vol. 21, No. 5*: hal. 366-371
- Ghafoor, Muhammad M et al. (2012). Impact of Customer Satisfaction and Brand Image on Brand Loyalty. *APBITM Society*: p. 75
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Giddens, Nancy. (2002). *Brand Loyalty*. Missouri Value-added Development Center: University of Missouri
- Guna, Randi Arya. (2014). "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Love* Terhadap Word of Mouth Smartphone Samsung di Kota Padang". *Jurnal*: hal. 8
- Hwang, J., & Kandampully, J. 2012. The role of emotional aspects in younger consumer brand relationships. *Journal of Product & Brand Management*: p. 98-108
- Kertajaya, Hermawan. (2002). *MarkPlus on Strategy: 12 Tahun Perjalanan MarkPlus & Co Membangun Strategi Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- L, Maria Gracella. 2019. Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty dan Willingness to Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone di Surabaya. *Jurnal. AGORA Vol. 7, No. 1*: hal. 6
- Lovelock, C., Wright, L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Low, G.S dan Lamb, Ch.W. 2000. "The Measurement And Dimensionality of Brand Association". *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 9 No.6, pp.350-368
- Miner8. *10 Tempat Gym Terbaik di Semarang*. Dikutip 6 September 2019 dari Miner8: <http://miner8.com/id/26122>
- Niyomsart, Suthasinee and Anon K. (2015). "Brand Love, Brand Loyalty, and Word of Mouth: A Case of Air Asia". *Conference of The International Journal of Arts & Sciences*: p. 264, 267

- Ouwersloot, Hans dan Tudorica, Anamaria. (2001). "Brand Personality Creation Through Advertising". *Maastrich Academic Center for Research in Service Journal*
- Ramli, Kamrianti. (2011). *Skala Pengukuran dan Instumen Penelitian*. Dikutip 1 November 2019: <http://kamriantiramli.wordpress.com/2011/05/16/skala-pengukuran-dan-instrumen-penelitian/>
- Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rodrigues, Paula, Isabel Cantista, Raquel Reis. (2015, January). "Consumer Behaviour: How The "Brand Love" Affects You". *Research*. Universidade Lusiada: Portugal
- Rudystina, Adinda (2016, 31 Agustus). *Berbagai Jenis Alat Fitness di Tempat Gym dan Manfaatnya*. Dikutip 6 September 2019 dari helloSEHAT: <https://hellosehat.com/hidup-sehat/kebugaran/berbagai-alat-fitness-di-tempat-gym/>
- Sandjojo, Nidjo. *Uji Reliabilitas dan Uji Validasi*. Dikutip 20 Mei 2019 dari Jajaka Aja: <http://jajaka-aja.blogspot.com/2013/07/uji-reliabilitas-dan-uji-validasi.html>
- Sari, Putri Yana dan Ken Sudarti. "Peningkatan Brand Loyalty Melalui Brand Image, Brand Love dan Customer Satisfaction". *Research*: hal 9-10
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi 2. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Singarimbun, Masri., dan Effendi, Sofian. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu., dan Handoko, Hani. (1987). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Wong, William. *Planned Behavior Theory*. Dikutip 22 September 2019 dari William Wong's Blog: <https://wilyleo.wordpress.com/2012/03/05/planned-behavior-theoryplanned-behavior-theory/>
- Yusniar, Sulaiman, Lubis. (2015). "The Role of Brand Love as Mediation Factor Toward Customer Loyalty". *Aceh International Journal of Social Science*: p. 71