

Daftar Pustaka

- Angelina, Yosephine. (2016). Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Produk Iphone. *Jurnal Manajemen*, Vol. 3. No 1. hal 1-8.
- Basu, Swastha dan Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. (Edisi 2). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Cooper, DR dan CW Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. (Edisi 5). alih Bahasa Widyono Soetjipto. Jakarta: Erlangga.
- Damayanti, Cintya. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *MAJ*, Vol. 4 No. 3.
- Dennisa, Andre. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra merek terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, Vol. 5 No. 3. 1-13.
- Fatlahan, Aniek. (2013). Pengaruh kualitas tipe produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian es krim Wall's Magnum. *JIM*, Vol. 1 No.2.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analitis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harianto, David. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-vu Surabaya. *JMP*. Vol. 1 No. 1 hal 1-4.
- Herizon dan W. Maylina (2003), "Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya," *Ventura*, Vol. 6. No. 1 April. hal. 98-115.
- Keller, L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. Vol. 57. hal 1-22.
- Kotler, Philip (2000). *Marketing Management. Edisi Milenium*, Prentice Hall Inc. Vol. 1 No. 1 Agustus. Hal 1-13.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 2. dialihbahasakan oleh Benjamin Molan. Jakarta: PT Index.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi 12. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.

- Kurniawati, Dewi. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan terhadap KFC). *Journal business Administration*. Vol. 14 No. 2. hal. 1-9.
- Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Mowen, John C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi VI. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Edisi I. Cetakan Pertama. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ranto, D.W.P. (2007). Pengaruh Citra Merek, Nilai, Kualitas Persepsian dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, Utilitas. Vol XV No. 2 Juli. hal. 24-24.
- Sobel, M. (1982). *Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in structural Equation Models*. In S. Leinhardt (Ed), *Sociological Methodology*. American Sociological Association.
- Stanton, William J. (2006). *Dasar-dasar Manajemen*. Mandar Maju: Jakarta.
- Sugiarto. (2005). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahjaningsih, Endang dan Maurine Yuliani. (2009). Analisis kualitas produk dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas merek HP Nokia. *Tema*. Vol. 6 No 2. hal 104-118.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.