

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A. David, (2008). *Manajemen Equitas Merek*. Jakarta: Spectrum MitraUtama.
- Approach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Cooper Donald R. dan Pamela S. Schindler. (2003), "Business Research Method Eight Edition". New York. McGraw Hill.
- Dharmmesta, B.S. (1999). *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No. 3, h. 73-88.
- Doney, P.M, and Cannon, J.P., (1997), "An Examination of The Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, April, pp. 35-51.
- Doney, Patricia M., dan Joseph P. Cannon, (1997), "An Examination of the Nature of Trust inBuyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 61, April, pp. 35-51
- Durianto, D., dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto dan Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., dan Minianrd, Paul W. 1995. *Perilaku Pelanggan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J. E., Kollat, D. T., and Blackwell, R. D. (1968), *Consumer Behavior*, 1st Edition, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., and Minianrd, Paul W. (1995), *Consumen Behavior*, Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fandy, Tjiptono, (2011), *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Ghozali, Imam, (2011). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty,Edisi Revisi*. Jakarta : Erlangga.

- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. (2006), *Multivariate Data Analysis: With Readings, 4th Ed.*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hellier, Philip K., Geursen, Gus M., Carr, Rodney A. and Rickard, John A. (2003), "Customer Repurchase Intention", *European Journal of Marketing*, Vol. 37 No. 11/12, 2003 pp. 1762-1800.
- Henry Simamora. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong, (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Lau, G, dan Lee, S, (1999)., "Consumer Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty", *Journal of Marketing Focused Management*. VOL 4, pp. 341-370.
- Lind, A.D., Marchal, W.G., and Wathen, S.A. (2010). *Statistical Techniques in Business and Economics*, Fourteenth Edition. New York: McGraw-Hill.
- Mcllroy, A., and Barnett, S., (2000). "Building Customer Relationships: Do Discount Cards Work?", *Managing Service Quality*, 10 (6): 347-355.
- Mowen, J.C, Minor.M. (1998). *Consumer Behavior*. New York : Prentice Hall Inc.
- Nasution, Ilham Akbar., Fahma, Fakhira dan Budijanto, Murman., (2013). "Kepercayaan Konsumen terhadap Merek dan Hubungannya dengan Kesetiaan Merek Produk Mesin Cetak (*Printer*) pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta". *Seminar Nasional IENACO* ISSN: 2337-4349.
- Prajnagaja, Soracca Devi, (2015), Dampak Equity pada Keputusan Pembelian Melalui Brand Preference Konsumen pada Produk Televisi Merek Sony di Kota Pekanbaru. *Jom Fekon*, Vol. 2 No. 1 Februari 2015.
- Reast, Jon D. (2005), "Brand Trust and Brand Extension Acceptance: The Relationship", *Journal of Product & Brand Management*, Vol 14, No1.

- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, John Wiley and Son, inc: London.
- Sekaran, Uma & Bougie, R., (2013), *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, John Wiley and Son, inc: London.
- Selnes, Fred (1993), “An Examination of the Effect of Product Performance on Reputasi merek, Satisfaction and Loyalty”, *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No 9.
- Setyawan. (2008). “Analisis Pengaruh Kegiatan Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Pada Customer”. *Jurnal Usahawan*. No. 4 h 1-3.
- Simamora, Henry, (2004), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama, Bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta
- Stanton, William, (1996), *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Staton, William J, (2002), *Prinsip Pemasaran*, terj. oleh Alexander Sindoro Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swan, J. E., Trawick, I. F., and Silva, D.W. (1985), “How Industrial Salespeople Gain Customer Trust,” *Industrial Marketing Management*, Vol. 14, pp. 203–211.
- Zikmund, William G, and Raymond M. (2003). *Customer Relationship Management Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey. John Wiley and Sons.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA SEBUAH MEREK DAN HUBUNGANNYA PADA KESETIAAN
PELANGGAN: STUDI EMPIRIS PADA
PENGGUNA SAMPO CLEAR DI YOGYAKARTA**

MUHAMMAD RIZA FAUZI ANZANI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M, M.Si., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>