

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmayana, I. M. A., & Rahanatha, G. B. (2018). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6(4), 2018–2046. Retrieved from https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiTgmUkY_bAhUKto8KHZA_A9YQFghbMAU&url=https%3A%2F%2Ffojs.unud.ac.id%2Findex.php%2FManajemen%2Farticle%2Fview%2F288562F18230&usq=AOvVaw1m7UZYau0Vo81avG-rIqWx
- Firmansyah, Anang. (2019), Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*), Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gima Sugiama dan Emmanuel Febiano. 2017. *Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung)*. Jurnal Manajemen Maranatha. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Ika, Nuruni dan Kustini. 2011. Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura, Vol. 14, No. 1, April 2011, pp. 19-28.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*.
Journal of Market Focused Management, Vol.4, pp.341-370 (Setiawan, 2017),
- Kandou, E. E. (2013). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Pada PT. Air Manado). 8.
- Keller, Kevin L. 2013. Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kezla Virginia, Tondang.2019. Analisa Pengaruh Service Recovery Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Grab. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sumatera.

- Kotler, P. a. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1.* . Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* USA: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. d. (2017). *Principles of Marketing Edisi 15 Global Edition.* Pearson.
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS.* Bandung: CV Pustaka Setia.
- Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Siregar, S. (2014). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS.* Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Edisi ke 3; S. Y. Suryandari, Ed.).* Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian.* Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Analisis Regresi Untuk Penelitian.* Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian.* CV. Andi Offset : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!.* Yogyakarta: Andi Ofset
- Tjiptono, F. (2015). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: Andi Ofset
- Virgina, K. (2019). *Analisa Pengaruh Service Recovery Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Grab.*
- Warusman, Juwono Dwi dan Nindria Untarini. 2016. "Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Anggota Komunitas Sepeda Motor Honda Vario 125cc di Surabaya)," *Jurnal Ilmu Manajemen.* Surabaya: FE Negeri Surabaya.