

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2000. *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David A. 2001. *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David A. and Erich Joachimsthaler. 2002. *Brand Leadership*. New York: The Free Press.
- Aaker, David A, and Kevin L. Keller. 1997. Consumer Evaluations of Brand Extentions. *Journal of Marketing*. Vol. 69, January.
- Arnould, E., Price, L., Zinkan, G. 2005. Consumers 2nd ed. Singapore: McGraw-Hill/Irwin
- Bastian, Danny Alexander. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 No. 1, 1-9.
- Bandalos D.L. 1993. *Factors Influencing the Cross-Validation of Confirmatory Factor Analysis Models, Multivariate Behavioral Research*. Hal 351-374.
- Bentler P.M. 1990 *EQS 6 Structural Equations Program Manual*. Encino, CA: Multivarite Software.
- Bentler P.M dan Bonnet D.G. 1980. *Significance Test and Goodness of Fit in The Analysis of Covariance Structures, Psychological Bulletin*. Vol.88. Hal.588-606.
- Bollen K.A. 1898. *Structural with Laten Variabels*. New York: Department of Sociology.
- Browne M.W dan R. Cudeck. 1989. *Single Sample Cross-Validation Indices for Covariance Structures, Multivariate Behavioral Research*. Hal 445-455.
- Byrne B.M. 1998. *SEM with Lisrel, Prelis, Simplis: Basic Concepts, Application, and Programming*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates (LEA).
- Davis, Scott M. 2000. *Brand Asset Management: Driving Profitable Growth Through Your Brands*. San Fransisco: Jossey-Bass Inc.
- Delgado, E., Munuera, J.L. and Yague, M.J. 2003. Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*. Vol. 45 No. 1.

- Diamantopoulus, A. dan Siguaw, JA. 2000. *Introducing LISREL*. A guide for the United: Sage Publications.
- Drezner, W. 2002. *A Balance Perspective on Brands*. Baringstoke: McMillan.
- Edris, Mochamad. 2009. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus. *Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*. ISSN: 1979 – 6889.
- Efferin, Sujoko, dkk. 2004. *Metode Penelitian Untuk Akuntansi*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Fornel, C. dan Larcker, D.F. 1981. *Evaluating Structural Equation Models with Unobserved Variable and Measurement Error*. Journal of Management.
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J.F Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Halim, Beatrice C., Diah Dharmayanti dan Ritzky Karina M. R. Brahmana. 2014. Pengaruh Brand Identity terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 No. 1, 1-11.
- Hu, L. T., dan Bentler, P. M. 1995. Evaluating model fit dalam R.H Hoyle (Eds.). *Structural equation modeling: Concepts. Issues and applications*. Sage.
- Joreskog, K.G. dan Sorbom, D. 1996. *Lisrel 8: User's Reference Guide*. Chicago: SSI Inc.
- Kapferer, J. N. 2003. *The New Strategic Brand Management*. London: Kogan Page.
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Practice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Buku 2. Diadaptasi oleh A.B. Susanto. 2001. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Pfoertsch, W. 2008. *B2B Brand Management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

- 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.
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. 2000. Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Marconi, J. 1994. *Beyond Branding*. Malaysia: S. Abdul Majeed & Co.
- Mowen, John C. 1994. *Consumer Behavior 4th ed*. Jersey: Prentice Hall
- Mowen, Jhon C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Alih Bahasa oleh Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Nilson, T. H. 1998. *Competitive Branding: Winning in the Market Place with Value – added Brands*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Park, C. W., Jaworski, B. J., & MacInnis, D. J. 1986. Strategic Brand Concept-Image Management. *Journal of Marketing*. Vol. 50 No. 4, 135-145.
- Peter, J. P. dan Olson, J.C. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Strategy 6<sup>th</sup> ed*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Rangkuti, F. 2004. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivisa, Ria. 2014. *Analisis Pengaruh Pengalaman Pemasaran dan Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2000. *Consumers Behavior 7th ed*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2004. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, Alih Bahasa oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, Uma, 2007. *Research Methods For Bussiness*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, B. 2002. *Panduan riset perilaku konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Sibagariang, Sem C.H. dan Tinjung Desy. 2010. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada PT Bank Sinarmas. *Journal The Winners*. Vol. 11 No.2, 118-129.

- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Steiger. J.H. 1994. *Structural Model Evaluation and Modification: An Interval Estimation Approach, Multivariate Behavioral Research*. Vol. 25. Hal 173-180.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfaceta.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stanton, William J. dan Y. Lamarto. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-7. Jakarta: Erlangga.
- Tingkir, Cindy Fransisca. 2014. Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 8 No. 2, 62-69. ISSN: 1907-235X.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Uncles, M. D., Dowling, G. R., Hammond, K. 2003. Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs. *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 20. No. 4, 294-316

Website:

- Top Brand Award. 2015. <https://www.topbrand-award.com/>. Top Brand Award Kategori Teh dalam Kemasan Siap Minum. 28 Oktober 2015.