

DAFTAR PUSTAKA

References

- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE.
- Dewantasari, E. K. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan kepercayaan Merek pada Loyalitas Merek Mie Sedap.
- Efendy, P., Audya, Y., & Suryadinata. (2014). ANALISA PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY DI RESTORAN D'COST SURABAYA.
- Krisno, D., & Samuel, P. H. (2013). PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED SACRIFICE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI INFORMA INNOVATIVE FURNISHING PAKUWON CITY DI SURABAYA. 1-12.
- Kurniawan, H. H. (2017). PENGARUH PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI MEDIASI BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST. 228-239.
- LAY, K. L. (2015). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI SEPATU NIKE DI SURABAYA.
- Maheshwari, V., Lodorfos, G., & Jacobsen, S. (2014). Determinants of Brand Loyalty: A Study of the Experience-Commitment-Loyalty.
- Megadewi, I. (t.thn.). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Honda Vario.
- MUCHSIN SAGGAFF SHIHAB, A. S. (2009). PENGARUH BRAND TRUST DAN BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN STUDI PRODUK TES WIDAL MEREK REMEL.

- Nurlaella, Q. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PADA KONSUMEN TUPPERWARE DI KOTA PURWOREJO.
- Rahmatina, M., Saryadi, & Listyorini, S. (n.d.). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY TEH BOTOL SOSRO.*
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY TEH BOTOL SOSRO.
- Salim, F. F., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh BrandImage dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. 1-8.
- Septian, R. (2016). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK SEPATU CONVERSE.
- Wisnu, & Hermawan, A. (2011). PENGARUH PERCEIVED QUALITY.