

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Agus Eka, Pratama. 2014. *Sistem Informasi dan Implementasinya*. Informatika Bandung.
- Durianto, D., Sugianto, A.W Widjaja dan Supratikno, H. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ferinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*, Edisi I, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. ALFABETHA Bandung.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. GRAHA ILMU Yogyakarta.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. PT RajaGrafindo Persada Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan. : PT Indeks Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Jakarta.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. : PT Raya Grafindo Persada Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. ANDI Yogyakarta.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press Yogyakarta.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia Bandung.
- Yusuf, A. Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana Jakarta.

Jurnal:

Drina Intyaswati 2016 “Komunikasi Pemasaran Dan Pembentukan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Melalui Website Traveloka” Vol 5 No.2

Hironimus Hari Kurniawan 2017 “Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. (Studi pada Brand Restoran McDonald’s di Kota Malang)” Vol.4 No.2

Murat akin 2017 “The Impacts of Brand Personality on Brand Loyalty: A Research on Automobile Brands in Turkey” Vol.9 No.2

Rossa , dkk 2015 “Pengaruh Brand Personality Dan Sales Promotion Terhadap Brand Equity Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Pengguna Produk Wardah Kosmetik Di Universitas Brawijaya Malang)” Vol.23 No.

Sabrina & Khoiriyah 2011 “Pengaruh Brand Personality Pada Brand Trust, Brand Attachment, Brand Commitment, Dan Brand Loyalty” Vol.18 No.2

Sri Wahyuni 2015 “Kepribadian Merek Dan Ikatan Emosional Merek Terhadap Loyalitas Merek Tabungan Bank Umum Syariah” Vol.19 No.2

Website :

<http://marketeers.com/strategi-the-harvest-membangun-brand-pastri-premium/> Diakses pada tanggal 30 Januari 2018 pada pukul 20.43

<http://www.topbrand-award.com/> . Diakses pada tanggal 26 Februari 2018 pada pukul 19.23 WIB