

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Alhaddad, A. (2015). 'A Structural Model Of The Relationships Between Brand Image, Brand Trust and Brand Loyalty', *International Journal of Management Research & Review*, Vol. 5, Iss. 3, No. 1, Maret 2015, hlm 137-144.
- Andervazh, L., Shohani, M., Tamimi, H., Diyaleh, P., Alnasere, S. (2016). 'The Effects of Brand Perceived quality and awareness on Brand loyalty (Case Study: Carbonated drinks)'. *International Journal of Advanced Biotechnology and Research*, Vol. 7, Special Issue, Maret 2016, hlm. 202-209.
- Assauri, S. (2014), *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*, Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Bastian, D. A. (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, 2014, hlm. 1-9.
- Budiono, B. (2015). 'Pengaruh Brand Trust dan Brand Affect Terhadap Brand Loyalty Coffe Toffee Klampis Surabaya', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 4, No. 2, Oktober 2015, hlm. 1-17.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi.3, Semarang: CV. Indoprint.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen (Implikasi pada Strategi Pemasaran)*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update Pls Regresi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi.8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013), *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*, Edisi.1, Jakarta: PT.BUKU SERU.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

- International Coffee Organization* (2016). Diakses 7 September 2017, dari <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan, Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*, Depok: Kharisma Putra Utama.
- Limakrisna, N. & Susilo, W.H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mix Marketing Communication* (2017). Diakses 7 September 2017, dari <http://mix.co.id/marcomm/news-trend/industri-minuman-ringan-masih-prospektif-meski-pertumbuhannya-melambat>.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Nestle Indonesia (2017). Diakses 7 September 2017, dari <https://www.nestle.co.id/ina/produk/minumansiapminum/nescafecan>.
- Noor, M. F. (2014). 'Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung', *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Pendidikan Indonesia* Vol. 3, No. 2, November 2014, hlm. 127-140.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pradhita, A. (2015). 'The Influence Of Brand Awareness on Repurchase Intention: The Mediating Role Of Brand Loyalty and Perceived Quality (A Study On Ready To Drink Coffee's Customer In Malang)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 4, No. 1, September 2015.
- Rini, A.S & Sulityawati, E. (2012). 'Pengaruh Brand Trust, Customer Satisfaction, dan Corporate Social Responsibility terhadap Brand Loyalty', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol. 3, No. 3, Maret 2014, hlm. 510-529.
- Rizan, M., Saidani, B., Sari, Y. (2012). 'Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro', *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 3, No. 1, 2012, hlm. 1-17.
- Sarjono, H. & Julianita, W. (2013), *Spss Vs Lisrel: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*, Edisi 2, Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuisisioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).

Supranto J. (2008). *Statistik: teori dan aplikasi*, Edisi 7, Jakarta: Erlangga.

Top Brand Award (2015). Diakses 8 September 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2015\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_2).

Top Brand Award (2016). Diakses 8 September 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2).

Top Brand Award (2017). Diakses 8 September 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2).

Usman, H. & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*, Edisi.1, Jakara: Pt. Rajagrafindo Persada.

