

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Tajwid Terjemahan dan Al-Hadist*. Departemen Agama Republik Indonesia. Jakarta: Jabal Raudhotul Jannah. 2009.
- Abdullah al-Muslih dan Shalah ash-Shawi, *Fiqih Ekonomi Islam*, DarulHaq, Jakarta, 2004.
- Aaker, D, *Manajemen Ekuitas Merek*, Spektrum, Jakarta, 2009.
- Arlan, Rully, "Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek", *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No.1, 2006.
- Augusty, Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Azwar, S. *Tes Presentasi: Fungsi dan Pengembangan Pengukuran Prestasi Belajar* edisi II, Pustaka Belajar, Yogyakarta. 2012.
- Budi Utama, Diosi, "Membangun Merek, membentuk kepercayaan konsumen Dan menciptakan Loyalitas Merek", *Telaah Manajemen*, vol 2, No.2, 2007.
- Christoper, Lovelock dan Lauren K Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia, 2007.
- Dhio, *et.al Diponegoro Journal Of Social And Politic*. 2013.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2008.
- dan Georgious Chandra, *Pemasaran Strategi: Edisi 3*, Andi Offset, Yogyakarta, 2012.
- Fajrianthi dan Farrah Zatul, "Strategi Perluasan Merek dan Loyalita Konsumen", *INSAN*, Vol 7, No. 3, 2005.
- Ferrinadewi, Erna, "Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya", *Skripsi*, Universitas Kristen Petra, 2008.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2 Edisi 8*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016.
- Hafizah, "Hubungan Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Telkomsel Flash Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Telkomsel Grapari Medan Selecta", *Jurnal Keuangan & Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2012.

- Hamzah, Amir, "Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Merek Mentari", *Jurnal Usahawan*, 2007.
- Hartmann, P., Ibanez, A. Green Advertising Revisited: Conditioning Virtual Nature Experience. *International Journal of Advertising*. Vol. 28. 2009
- Hribar, M. http://www.gfk.si/eng/2_6_brand_image.php , 2007.
- Hsieh dan Li, "The moderating effect of brand image on public relations perception and customer loyalty", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26 No. 1, 2008.
- <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/532/jbptunikompp-gdl-bungamegai-26558-7-babiv.pdf> diakses pada 11 Januari 2018
- <http://www.indomie.com/> diakses pada 11 Januari 2018
- <http://www.indofood.com/> diakses pada 11 Januari 2018
- Ika, Nuruni dan Kustini, "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.
- Ibrahim, "Pengaruh Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek yang Dimediasi oleh Kepercayaan Merek pada Pelanggan Air Minum Aqua", *Buletin Ekonomi*, Vol. 9, No. 1, 2011.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Mizan Pustaka, Bandung, 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. Penyunting Bambang Sarwiji. PT. Indeks, Jakarta. 2005.
- Kotler, Phillip. & Keller, K.L, *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jilid 2. Alih Bahasa Benyamin Molan. Penerbit PT Indeks, Jakarta, 2008.
- Manajemen Pemasaran*, Edisi 9, PT. Prenhallindo, Jakarta, 2009.
- Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall, 2012.
- Kuncoro, M. *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2007.

- Li Guo Xian, "Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions The Mediating Role of Cognitive and Affective attitudes", *International Journal*. 2011.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta, 2014.
- Low, G.S dan Lamb, Ch.W, "The Measurement And Dimensionality of Brand Association", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 9. No.6, 2000.
- Lutiary Eka Ratri. "Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang", Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, Semarang, 2007.
- Muhammad dan Fauroni R. Lukman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Salemba Diniyah, Jakarta, 2002.
- Nugroho, Farid Yuniar, "Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen", Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Veteran, *Proposal Skripsi*, Yogyakarta, 2011.
- Prabowo, Aris, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua", *Skripsi*, 2013.
- Rangkuti, Freddy, *The Power Of Brand*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
- Riana, Gede, "Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum Aqua Di Kota Denpasar". *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 13, No. 2, Universitas Udayana, Denpasar. 2008.
- Rini, Ayustia, Sulistyawati, "Pengaruh Brand Trust, Customer Satisfaction, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Loyalt", *E-Journal Manajemen Universitas Udayana*, 2014.
- Rini, Langgeng Yuswo. "Studi Tentang Loyalitas Merek Produk Pelembab Pond's". *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 2010.
- Rizan, Mohammad, dan Yuli Nopiska, "Pengaruh Citra dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek: Survei Pelanggan Lux Cair Di Carrefour MT. Haryono. Mohamad Rizan dan Yuli Nopiska, *Jurnal Econosains*. Vol. IX, No.1. 2011.

- Rizan, Mohammad, dan Saidani, Sari, “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol. 3, No.1, 2012.
- Rully, Arlan Tjahyadi, “Brand trust dalam konteks loyalitas merek: peran karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik hubungan Pelanggan-merek”, *Jurnal Manajemen*. Vol. 6, No. 1, 2006.
- Sadat, M. Andi, *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- Samuel, Hatane, Foedjiawati, “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.7, No.1, Maret 2005.
- Sasongko Jati, “Analisis Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Terhadap produk Indosat M3 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler II Universitas Diponegoro Semarang)”, *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang, 2010.
- Schiffman, L.G dan L.L. Kanuk. *Customer Behavior*, New Jersey, Prentice – Hall International, Inc, 2009.
- Setiawan, Corporate Social Responsibility Astra Berbagi Bersama Bangsa, <http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2012-1-00831-MC%20Bab2001.pdf>, 2012. Diakses pada 11 Januari 2018.
- Sondoh, S.L, et.al, “The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic”. *Asian Academy of Management Journal*, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013.
- Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2015.
- Sulistian, Ogi, Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan. 2011.
- Suwarni, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas”. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2011.
- Thorik G. dan Utus H. *Marketing Muhammad*, Jakarta: Gema Insani Press. 2006.

Torrey, C.C. *The Commercial Theological Term in the Quran*. 2004.

Sumarwan Ujang. *Inovasi produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen sebagai penentu pertumbuhan perusahaan*. Online. http://inovasi_produk_kepuasan_konsumen_dan_loyalitas_konsumen_sebagai_penentu_pertumbuhan_perusahaan. 2010.

----- *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor, ID: Ghalia Indonesia. 2011.

Umar H. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada. 2008.

Utama, Diosi, Budi - *Jurnal. Telaah Manajemen*, 2007.

Veithzal Rivai, *Islamic Human Capital* edisi I, Rajawali Persada, Jakarta, 2009.