

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti (2016). “Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Merek pada konsumen Mobil PT. Honda Semoga Jaya Samarinda”. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
- Alfi. (2019, Agustus 30). <https://teknours.com/perkembangan-otomotif-di-indonesia/>
- Dwiputranto (2017). “Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Brand Love dan Brand Loyalty pada Pengguna Mobil Honda Jazz di Kota Pekanbaru”. JOM Fekon Vol.4 No.1 (Februari) 2017.
- Ghozali, I (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Cetakan ke-8*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Gunawan, *et al* (2018). “Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Marketing terhadap Brand Loyalty (Survei pada Konsumen Smartphone di Indonesia dan Malaysia)”. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.61 No.1 Agustus 2018.
- Hendrasto (2017). “Peran Identifikasi Merek dan Citra Merek dalam mempengaruhi Cinta Kepada Merek”. Jurnal Ekonomi Modernisasi.
- Kartajaya, Hermawan (2007). *Boosting Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management dan Servis untuk Mendongkrak Laba*. Bandung : Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 2*. Edisi ke delapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan K. L. Keller (2012). *Strategic Brand Management (4<sup>th</sup> edition)*. England : Pearson Prentice Hall.
- Mowen, John. J dan Minor. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid 1, Edisi Kelima, Terjemahan*. Jakarta : Erlangga
- Nurfadila, *et al* (2015). “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Merek

- Sepeda Motor Merek Honda”. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulaka* Vol. 1, No. 3, September 2015, 319-332.
- Nurlaella (2017). “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Tupperware di Kota Purworejo”. *Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo*.
- Nuruni Ika dan 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, April 2011, pages 19-28.
- Nurohman (2016). “Experiential Marketing dan Loyalitas pada Smartphone”. *Among Makarti* Vol.9 No.18, Desember 2016.
- Riawan dan Setiyaningrum (2018). “Studi Mengenai Pengaruh Self Expressive, Hedonic Product, Brand Trust, dan Brand Engagement terhadap Brand Love pada Produk Smartphone Samsung”. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta*.
- Rido dan Wibowo (2016). “Pengaruh Experiential Marketing, emotional Branding dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta)”. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* Vol 7, No.2 September 2016.
- Rio. (2019, Agustus 28). <https://www.blibli.com/friends/blog/persaingan-avanza-vs-xpander-2019/>
- Rizan, *et al* (2012). “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas Jakarta Timur).” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* Vol. 3 No. 1, 2012.
- Santoso (2014). “Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding, Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pengguna Mobil Toyota Kijang Innova di Surabaya”. *STIE Perbanas Surabaya*.

- Sholihin (2018). “Pengaruh Pengalaman Merek, Kecintaan Merek dan Kepercayaan Merek dalam Membangun Loyalitas Merek pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki Satria F 150 di Surakarta”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Sugianto, M. (2015). *36 Jam Belajar Komputer SPSS 15*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Taurina dan Manlin (2008). “Strategi Experiental Marketing dan Loyalitas Merek”. *Journal The Winners*, Vol. 9 No. 2, September 2008: 191-199.
- Tingkir (2014). “Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8 No.2, Oktober 2014.
- Tjahjaningsih dan Yuliani (2009). “Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek HP Nokia”. *Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang*, Vol 6 edisi 2, September 2009 hal 104-118.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- \_\_\_\_\_. (2017). *Strategi Pemasaran Ed- IV*. Yogyakarta : Andi Offset
- Ulya Latifa A. (2019, Juli 17). <https://www.gridoto.com/read/221788244/istilah-suv-mpv-hatchback-citycar-dan-lcgc-apa-sih-artinya#!%2F>
- Yulyanti, *et al* (2018). “Pengaruh Brand Community terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Yaris (Studi Kasus pada Komunitas Yaris Club Surabaya)”. *Jurnal Manajemen Branchmarck* Vol 4, Issue 1.
- Sumber internet: <http://www.otosia.com>