



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, David. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. New York: Morgan James Publishing.
- Buttle, Francis dan Stan Maklan. (2015). *Customer Relationship Management: Concept and Technologies*. 3rd Ed. New York: Routledge.
- Cavallone, Mauro. (2017). *Marketing and Customer Loyalty: The Extra Step Approach*. Italy: Springer International Publishing AG.
- Christi, Susanne dan Janos Barberis. (2016). *The Tekfin Book*. United Kingdom: John Wiley.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Egan, John. (2011). *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing*. 4th Ed. England: Pearson Education Limited.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2006). *Statistik Non-parametrik: Teori & Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 4th Ed. England: Pearson Education Limited.
- Kincaid, Judit. W. (2003). *Customer Relationship Management: Getting it Right!*. UK: Pearson Education Limited.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Ed. UK: Pearson Education Limited.
- Kumar, V. dan Reinartz. (2018). *Customer Relationship Management, behavioral loyalty*. Germany: Springer-Verlag.
- Kriyantono, Rachmat. (2015). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Malhotra, Naresh. (2009). *Riset Pemasaran Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT.Indeks.
- Morissan, M.A, Andy Corry, dan Farid Hamid. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Shimp, Terence A. dan J. Craig Andrews. (2013, p.35). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. USA: South Western.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Pramesti, Getut. (2014). *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Writz, Jochen dan Christopher Lovelock. (2016). *Services Marketing*. 8th Ed. USA: World Scientific Publishing Co. Inc.

JURNAL

- Abd-El-Salam, Eman, Ayman Yehia Shawky, dan Tawfik El-Nahas. (2013). *The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role. Case analysis in an international service company. The Business & Management Review, vol.3, no. 2.*
- Heish, An-Tien dan Chung-Kai Li. (2007). *The moderating effect of brand image on public relations perception and customer loyalty. Marketing Intelligence and Planning, vol.26, no.1, p.26-42.*
- Jones, Brian, John Temperley, dan Anderson Lima. (2010). *Corporate reputation in the era of Web 2.0: the case of Primark. Journal of Marketing Management, vol.25, p.927-939.*
- Laksmono, Yulinggar Adhi. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Kamera DSLR Canon (Survei pada Komunitas Fotografi FOTKOM 401 UPN Veteran Yogyakarta). Dilansir dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/18690/>.
- Mutiara. (2017). Pengaruh Komunikasi dan Citra terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Kepercayaan Merek pada Perusahaan Jasa Titipan Kilat (Studi pada Pengguna Jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Bandar Lampung). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Neira, Melka. (2012). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, dilansir dari lontar.ui.ac.id.
- Pranata, Tutut Ratna dan Marheni Eka Saputri. (2014). Pengaruh *Brand Image*

terhadap Loyalitas Pengguna *Smartphone iPhone* (Studi pada Mahasiswa/i Fakultas Komunikasi Bisnis di Telkom University. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, vol.1, no.3.

Prasetio, Candra. (2012). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan iPhone). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Sastha, Gek Ayu Winda Natha dan Aditya Wardhana. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kartu Simpati di Kota Denpasar). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, vol.3, no.2.

Suharyono, Putri Boogi. (2017). Pengaruh Citra Merek Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Pengguna Gadget Merek Xiaomi di Counter Trijaya Xiaomi Centre Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol.50, no.2.

Syah, Tantri Yanar Rahmat. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis. *Jurnal Ekonomi*, vol.4, no.2.

KORAN

Febrian, Ahmad. (2019, 21 Maret). Infografis: Jawa Mendominasi Transaksi Tekfin. *Kontan*, A4.

INTERNET

Annur, Cindy Mutia. (2019, 26 Februari). *Riset Morgan Stanley Ungkap Ketatnya Persaingan OVO dan Go-Pay*. Diakses pada 5 Maret 2019, dari <https://katadata.co.id/berita/2019/02/26/riset-morgan-stanley-ovo-lebih-banyak-digunakan-ketimbang-Go-Pay>.

Gandeng Grab, OVO Kini Punya 10 Juta Pengguna Aktif. (2018, 5 Juli). Diakses pada 4 Juli 2019, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180705164934-185-311816/gandeng-grab-ovo-kini-punya-10-juta-pengguna-aktif>

Hidayat, Ali Akhmad Noor. (2019, 22 Februari). *Riset Morgan&Stanley: Transaksi Digital Didominasi Go-Pay dan Ovo*. Diakses pada 2 Maret 2019, dari <https://bisnis.tempo.co/read/1178350/riset-morganstanley-transaksi-digital-didominasi-Go-Pay-dan-ovo>

- IDN Research Institute*. (2019). *Indonesia Millennial Report 2019*. Diunduh dari <https://www.idntimes.com/indonesiamillennialreport2019> pada 30 Maret 2019.
- Jamaludin, Fauzan. (2019, 26 Februari). *OVO Perluas Transaksi Non tunai di Bali*. Diakses pada 11 September 2018, dari <https://www.merdeka.com/teknologi/ovo-perluas-transaksi-non-tunai-di-bali.html>.
- Nasrullah, Akfa. (2019, 13 Juni). *Program Patungan Grab, OVO, dan Tokopedia Tembus Rp 11,5 M*. Diakses pada 4 Juli 2019, dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4585443/program-patungan-grab-ovo-dan-tokopedia-tembus-rp-115-m>
- PT Visionet Internasional. *Deals*. Diakses 9 September 2018, dari ovo.id/deals
- Setyowati, Desy. (2019, 15 Maret). *Akuisisi Taralite, OVO Rambah Bisnis Pinjaman*. Diakses 22 April 2019, dari <https://katadata.co.id/berita/2019/03/15/akuisisi-taralite-ovo-rambah-bisnis-pinjaman>
- Ulya, Fika Nurul. (2019, 10 Mei). *OVO Rilis Fitur OVO PayLater dalam Aplikasi OVO*. Diakses pada 4 Juli 2019, dari <https://money.kompas.com/read/2019/05/10/125302626/ovo-rilis-fitur-ovo-paylater-dalam-aplikasi-ovo#>
- Valenta, Elisa. (2019, 7 Februari). *Kompetisi Sengit Dibalik Kenyamanan Dompot Digital*. Diakses pada 5 Maret 2019, dari <https://beritagar.id/artikel/berita/kompetisi-sengit-di-balik-kenyamanan-dompot-digital>

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA