



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 A. 2010. *Building Strong Brands*. Simon & Schuster : London
- Ardial, H. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, ed. Nunik Siti Nurbaya. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- Cutlip Scott M., et al. 2006. *Effective Public Relations*. Kencana : Jakarta.
- Fill, Chris. 2009. *Marketing Communications, Interactivity, Communities, and Content 5th Edition*. Paperback.
- Ghozali, Imam. 2010. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermani, Agus. 2003. *Membangun kepuasan dan kesetiaan pelanggan*. Forum, Vol. 31 No. 1, Hal. 45-48. Semarang: UNDIP.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *On Brand*. Mizan Pustaka : Jakarta
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas: Jilid 1*. Jakarta : Prehallindo
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Marketing Management (13th edition)*. Uppler Saddle River, New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Bandung : Alfabeta.
- Ruslan, Rosadi. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Schiffman, Leon G. dan Wisenblit, Joseph L. 2015. *Consumer Behavior (11th edition)*. England: Pearson Education Limited.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES

Sugiyono, P. D. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

Jurnal:

Farhat, Reshma, Dr. Bilal Mustafa Khan. 2011. *Importance of Brand Personality to Customer Loyalty: A Conceptual Study, Vol. 1.*

Jin Su dan Xiao Tong. 2015. *Brand Personality and Brand Equity: Evidence from The Sportswear Industry, Vol. 24, No. 2. USA*

Lada, Suddin, MBA., Samsinar Md. Sidin, PhD, dan Kenny TeohGuan Cheng, PhD. 2014. *Moderating Role of Product Involvement on the Relationship Between Brand Personality and Brand Loyalty, Vol 19. Ottawa.*

Musanto, Trisno. 2004. *Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, Vol. 6, No. 2.*

Nurullaili dan Andi Wijayanto. 2013. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware, Vol. 2, No.1. Semarang: FISIP Universitas Diponegoro*

Santoso, Septiadi dan Hening Wedi Oetomo. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya, Vol. 2, No. 6. Surabaya: STIESIA.*

Yi Lin, Long. 2010. *The Relationship of Consumer Personality Trait, Brand Personality, and Brand Loyalty: An Empirical Study of Toys and Video Games Buyers, Vol. 19.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A