

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap loyalitas pembelian produk pepsoden di Ramayan Plaza jalan askara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis volume 3 No.3 November*.
- 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, 1-9*.
- Doney, P. M. dan Cannon, J. P. (1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 61 (April):35-51.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku konsumen. Jakarta: Gramedia.
- Edris, M. (2009). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus. *Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*. ISSN : 1979 - 6889.
- Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. .
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2006). *Marketing management*. (12th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Lau, G. T. dan Lee, S. H. . (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty," *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370.
- Marthin, J. (2007). Analisis tingkat brand loyalty pada produk shampoo merek "head & shoulders. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, VOL. 2, NO. 2, OKTOBER* , 90-102.
- Morgan, R. M. dan Hunt, S. D. (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, 58 (July):20-38.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid I, Edisi Kelima (terjemahan)*, Erlangga, Jakarta.

- Novel, H. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie.
- Peter, J.P. & Osmon, J.C. (2003). Consumer behaviour and marketing strategy (6th ed.). Singapore: McGraw Hill.
- Remple, J. K., Holmes, J. G., and Zanna, M. P. (1985). "Trust in Close Relationship," *Journal of Personality and Social Psychology*, 49 (1):95-112.
- Rahadhini, M.D. 2006. Efek Moderasi Gaya Kepemimpinan Pada Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 1, no. 1 Desember 2006 : 80-97
- Riana, G. (n.d.). Pengaruh Trust in a Brand terhadap Brand Loyalty pada konsumen air minum aqua di kota Denpasar. *BULETIN STUDI EKONOMI Volume 13 Nomor 2 Tahun 2008*.
- Rizan Mohamad, Saidani Basrah, Sari Yusiyan. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2012*.
- Sekaran, U. dan R. Bougie. . (2010). *Research Methods For Business* (4th Edition). New York: John Wiley & Sons Ltd. .
- Soeratno dan Arsyad, L. (2003). *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan kedua belas. Bandung: Alfabeta. .
- Tabachnick, B. G., dan L. S. Fidell. . (2007). *Using Multivariate Statistics (5th ed.)*. California: Pearson Education Inc. .
- Web :
- <http://nasional.inilah.com/read/detail/884621/diduga-mengandung-bahan-berbahaya-indomie-dalam-sorotan>