

BIBLIOGRAPHY

- Agata R. P., Achmad H. D., Andarwati. 2017. Pengaruh *Brand experience* Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan *Brand loyalty* (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 No. 2 (2017)
- Agustin, C dan Singh, J. 2005. Curvilinear Effects of Consumer Loyalty Determinants In Relation Exchange. *Journal of Marketing Research*, 42, 2005. 96-108.
- Anonim. 2016. *Vespariwisata*. <https://vespariwisata.wordpress.com/2016/12/07/daftar-klub-vespa-indonesia/>
- Anoraga P. 2016. *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Arikunto, S. 2015. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ballester, Elena Delgado dan Munuera-Aleman, J. L. 2003. Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*
- 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*, 2(1): 1–9.
- Brakus, J.J., Schmitt, B.H & Zarantonello, L. 2009. *Brand experience*: What is it? How is it Measured? Does it Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(2).
- Dharmmesta Basu Swastha, 1999, Loyalitas pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No,3:73- 88Vol, 14, BPFE-UGM.
- Donni J. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta
- Doney, P.M., Cannon, J.P., and Mullen, M.R., 1997, Understanding the Influence of of National Culture on the Development of trust, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3, pp. 601-620.
- Farizky, 2012, *Satu Vespa Sejuta Saudara: Nilai-Nilai, Solidaritas, dan Kreativitas Komunitas vespa Apa Aja Boleh dalam Menciptakan Ekstrim*, Jakarta. Departemen Antropologi Univeristas Indonesia.

- Fauziyah, S. 2016. Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen Pada PT. Paragon Technology and Innovation Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 3 No. 2, hal 1-9.
- Ferdinand, A. 2000. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fitria R, Michael H, Gusti N. A.. 2019. pengaruh *brand experience*, brand trust dan customer satisfaction terhadap *brand loyalty* (studi kasus pada pengguna global brand: samsung di fakultas ekonomi dan bisnis universitas mulawarman). *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*. Vol 4, No 4 (2019)
- Ghozali, I., & Ratmono, D. 2011. *Analisis Multivariant dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EvIEWS 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khan I., Rahman Z., and Fatma M., 2016 The concept of online corporate *brand experience*: an empirical assessment, *Marketing Intelligence & Planning*, 34 (5).
- Kotler, P. 2017. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, .. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kusuma, Y. S. 2014. Pengaruh *Brand experience* Terhadap *Brand loyalty* Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), (2014) 1–11.
- Lazuardi Muhamad Farhan. 2022. Pengaruh Brand Image, *Brand experience*, Brand Trust, Brand Satisfaction Dan *Brand loyalty*. <https://digilib.esaunggul.ac.id/UEU-Undergraduate-20170101225/23207/brand-armando>
- Marconi, J. 1993. *Beyond Branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Marliawati A. dan Cahyaningdyah D. 2020. Impacts the Brand of Experience and Brand Image on *Brand loyalty*: Mediators Brand of Trust. *Management Analysis Journal*. Vol 9 No 2 (2020)
- Muhammad, D.A. 2022. Pengaruh *Brand experience*, *Brand Commitment*, *Brand Trust*, Dan *Brand Image* Terhadap *Brand loyalty* Pada Pengguna

Smartphone Samsung Di Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/102186/1/naskah%20publikasi.pdf>

Neumeier, M. 2013. *The Dictionary of Brand*. USA: Almaden Press

Oliver, R.L. 2019. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer* (1st ed.). New York: McGraw-Hill Companies

Pratama, Audi Sekti. 2018. *Membangun Brand loyalty Dengan Pengaruh Brand experience, Brand Satisfaction Dan Brand Trust (Studi Kasus Pada: Pemilik Dan Pengguna Piaggio Vespa Di Jakarta)*. <http://repository.ibs.ac.id/70/>

Prawira A A Ngr Dicky Natha dan Setiawann, Putu Yudi (2021) Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap *Brand loyalty* Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 10, No. 12, 2021 : 1305-1324

Rahmat dan Marso. 2020. Hubungan *Brand experience*, Brand Image, Brand Satisfaction, Dan *Brand loyalty* Dalam Pespektif Fourstage Loyalty Model (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Smartphone Di Tarakan). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1, April 2020, 17–24

Rangkuti, R. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama

Ratih P., Siti C., Dwi W.i W. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Satisfcation Terhadap *Brand loyalty* Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 6 No. 2 (2022): Oktober

Schiffman, L, G. dan, L. L. Kanuk. 2012. *Persepsi kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.

Semuel H. dan Putra R. S. 2018. *Brand experience*, Brand Commitment, Dan *Brand loyalty* Pengguna Apple Iphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 2, Oktober 2018, 69—76

Simamora., J., & Vivin. 2016. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek*. https://repository.usd.ac.id/6632/2/122214133_full.pdf

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suheru, Maryo Ramlan M.Sn. Adrianto W.T. M.Ds. 2018. Pengenalan Sejarah Vespa Serta Meningkatkan Kecintaan Terhadap Vespa Melalui Buku Ilustrasi. <http://eprints.itenas.ac.id/106>.

- Sullivan, D., & McCallig, J. 2012. Customer Satisfaction, Earnings and Firm Value. *European Journal of Marketing*, 46(6), 827-843.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Teta Kirana Pangestika, Imroatul Khasanah, 2021. Analisis Pengaruh Brand Image, *Brand experience*, Brand Trust, Dan Brand Satisfaction Terhadap *Brand loyalty* Financial Technology: E-Wallet (Studi Pada Pengguna Dana di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* Volume 10 , Nomor 4, Tahun 2021, Halaman 2
- Witoelar, Wimar, 1983, Ancillary Firm Development in the Motor Vehicle Industry in Indonesia. The Motor Vehicle Industri in Asia, : A Study of Ancillary Firm Development. Singapore: Council for Asian Manpower Studies, ltd
- Yobeanto, Kelvin Leonardo, 2020. Pengaruh *Brand Experience* melalui *Brand Satisfaction* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pada merek *Smartphone* Samsung. Universitas Kristen Petra Vol. 8, No. 2, (2020)
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston
- Zulfiana Khatimah Ramadhania, Eny Endah Pujiastutib, & Hastho Joko Nur Utomo, 2019. Pengaruh *Brand experience* Dan Brand Trust Terhadap Brand Attachment Serta *Brand loyalty*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* Volume 17, Nomor 1, Januari 2019, pp.47-57