

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan

Aaker, David A. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Terejemahan oleh Aris Ananda. Cetakan Ketiga . Jakarta: Mitra Utama.

Assauri, Sofjan, 2011, *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Cannon, Pereault, & Mc Carthy (2008), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

Chaudhuri, Arjun. And Holbrook, Morris B. 2001. The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal Of Marketing (Online)*, Vol.65, Iss.2, pp. 81-94.

Delgado-Ballester, E. 2007. Applicability Of A Brand Trust Scale Across Product Categories A Multigroup Invariance Analysis. *Journal Of Marketing (Online)*, Vol. 38, No. 5/6, pp. 573-592.

Djaslim Saladin, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung.

Elkomaria, dengan judul "*Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Giant Extra Pekanbaru*"

Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek & Psikologi Merek*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

Mulyadi (2014) dengan judul "*Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Mitsubishi Colt Diesel Fe 74 HD PT. Suka Fajar Di Pekanbaru*".

Novia Sari Dewi Eka P, Naili Farida, Sari Listyorini (2013). *Diponegoro Journal Of Social And Politic: Pengaruh Corporate Social Responsibility, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Corporate Image Sebagai Variable Intervening (Studi Pada Penggunaan Produk Tolak Angin PT. Sidomuncul Di Kelurahan Tembalang Semarang)*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Andi Offset: Yogyakarta.

Schiffman dan Kanuk, Lazar, 2008, *Perilaku Konsumen Edisi ke-7*, PT. Indeks.

Sekar Jingga Citranuari (2015). Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta : Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Produk Kecantikan Ponds di Universitas Negeri Yogyakarta).

Siregar, Sofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta.

Sugiyono, 2010, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfa Beta, Bandung.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfa Beta, Bandung.

Sukandarrumidi dan Haryanto. 2014. *Dasar-dasar Penulisan Proposal Penelitian*. Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset: Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius, dkk , 2008, *Pemasaran Strategik*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.

_____. 2008, *Strategi Pemasaran Edisi ke-3*, Andi, Yogyakarta

_____. 2011, *Manajemen dan Strategi Merek*, CV. Andi Offset, Yogyakarta

Wulansari, Annete(2009). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya : Pengaruh brand Trust dan Perceived Quality terhadap keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi kasus pada konsumen di perumahan Gresik Kota Baru)*.

www.majalah.marketing.com

www.marketing.co.id