

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34, 347 – 356.
- Abdallat, M. (2012). Actual self – image ideal self image and the relation between satisfaction and destination loyalty. *Journal Tourism and Hospitality*, 1(4), 1 -11.
- Ain, N & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh citra merek melalui sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk busana muslim Zoya di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(7), 553 – 569.
- Akpyomare, O. B., Adeosun, L. P.K & Ganiyu, R. A. (2012). The influence of product attributes on consumer purchase decision in the Nigerian food and beverages industry : A study of lagos metropolis. *American Journal of Business and Management*, 1(4), 196 – 201.
- Albari. (2012). Peran dimensi komitmen sebagai faktor pengaruh dalam membangun loyalitas. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(2), 329 – 343.
- Alhaddad, A. (2015). Perceived quality brand image dan brand trust as determinants of brand loyalty. *Journal of Research in Business and Management*, 3(4), 1 – 8.
- Anastasi, A & Urbina, S. (1997). *Tes Psikologi Jilid 1 (Indonesia edition)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Andreani, F., Taniaji, T. L & Puspitasari, N. M. (2012). The impact of brand image customer loyalty with customer satisfaction as A mediator in Mcdonalds. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 63 – 70.
- Anggraini, F & Ruzikna. (2015). Pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan pada koran harian Riau pos. *Jurnal Online Mahasiswa*, 3(1), 1 - 17.
- Ariff, M. S., Lim, O. T & Ismail, K. (2012). Determination of brand personality dimensions for a laptop computer using Aaker’s brand personality scale. *Integrative Business and Economics Research*, 1(1), 114 – 125.

- Aswan, K. (2013). Pengaruh kepuasan nasabah atas dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan sikoci pada bank Nagari cabang Lubuk Sikaping. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 1 – 16.
- Attiyah, L. (2016). Product's quality and its impact on customer satisfaction a field study in Diwaniyah Dairy Factory. *International Management Conference*, 57 – 65.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1 – 9.
- Bernatta, R. A. R. (2017). Gaya hidup hedonis di kalangan remaja. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Lampung : Universitas Lampung.
- Cho, E. (2011). Development of a brand image scale and the impact of lovemarks on brand equity. *Graduate Theses and Dissertations*. Iowa : Iowa State University.
- Dhinata, D. M & Kusumadewi, N. M. W. (2014). Peran gender dalam memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Rama Krisna oleh – oleh khas Bali. *E – Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(8), 2363 – 2377.
- Evawati. (2012). Kualitas produk dan citra merek Mcdonald : pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 1(2), 184 – 191.
- Evelina, N., DW, H & Listyorini. (2012). Pengaruh citra merek kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkom Flexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1 – 11.
- Farida, N. (2014). Analisis model kepuasan terhadap pembelian ulang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(2), 200 – 208.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi dan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, Djumilah., Aisjah, Siti & Solimun. (2014). The influence of brand image on purchase behavior through brand trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58 – 76.
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada objek wisata Dumilah waterpark Madiun. *Equilibrium*, 3(2), 176 – 190.
- Japarianto, E., Laksmono, P & Khomariyah, N. A. (2007). Analisa kualitas layanan sebagai pengukur loyalitas pelanggan hotel Majapahit Surabaya dengan pemasaran relasional sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 34 – 42.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing measuring and managing customer based brand equity. *American Marketing Association*, 57, 1 – 22.
- Kemenristikdikti. (2017). *Statistik Perguruan Tinggi 2017*. Pusdatin : Jakarta.
- Li, W., Fu, T & Huang, Z. (2016). Will consumer's learning motivation affect their brand loyalty research on moderating role of brand cognition. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6, 1075 – 1084.
- Listyawati, I. H. (2014). Analisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kartu Simpati di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akutansi*, 2(1), 37 – 52.
- Liu, F., Li, J., Mizerski, D & Soh, H. (2012). Self – congruity brand attitude and brand loyalty : a study on luxury brands. *European Journal of Marketing*, 46(7), 923 – 937.
- Low, G. S & Lamb, C. W. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of Product and Brand Management*, 9(6), 350 – 368.
- Lyons, S. (2012). Generation Y's psychological traits, entitlement, and career expectations. *Journal Research*. Diakses melalui <http://seanlyons.ca/wp-content/uploads/2012/01/Black-et-al-20121.pdf>.
- Malik, M. E., Naeem, B & Munawar, M. (2012). Brand image : past present and future. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(12), 13069 – 13075.

- Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal Tabularasa*, 6(1), 87 – 97.
- Matriadi, F., Edyansyah, T & Saiffuddin. (2013). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pupuk urea nonsubsidi pada PT. Pupuk Iskandar Muda provinsi Aceh. *Journal of Economic Management & Business*, 14(1), 83 – 97.
- Melisa, D & Prasetyo, A. R. (2016). Hubungan antara citra merek dengan loyalitas konsumen produk The Body Shop pada mahasiswi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 5(4), 630 – 633.
- Mukarramah., Baihaqi, A & Ismayani. (2017). Loyalitas konsumen terhadap minuman kopi arabika di kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 2(2), 112 – 122.
- Muslimin. (2002). *Metode Penelitian di Bidang Sosial*. Malang : UMM Press.
- Mustinda, L. (2016). <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3350957/generasi-millennial-terbukti-lebih-banyak-minum-kopi-dibandingkan-generasi-sebelumnya>. Diakses pada 3 Maret 2017.
- Putra, I. R. (2016). <https://www.merdeka.com/uang/menjamurnya-bisnis-cafe-di-tanah-air.html>. Diakses pada 4 Oktober 2018.
- Pont, M & McQuilken, L. (2002). Testing factor structure of the behavioral – intentions battery : an empirical study of the Australia banking industry. *Australia and New Zealand Marketing Academy Conference*, 2901 – 2907.
- Pontania, A. R. (2016). Hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada siswa SMA Negeri 4 Surakarta. *Naskah Publikasi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. W & Yulianthini, N. N. (2014). Pengaruh citra perusahaan citra produk citra pemakai terhadap keputusan pembelian produk foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 1 – 13.

- Pupuani, N. W & Sulistyawati, E. (2013). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dan perilaku pembelian ulang. *E – Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(6), 683 – 702.
- Rinanda, N. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Rizan, M., Saidani, B & Sari, Y. (2012). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1 – 17.
- Salam, E. M., Shawky, A. Y & Nahas, T. (2013). The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty : testing the mediating role. *The Business and Management Review*, 3(2), 177 – 196.
- Sallam, M. A. (2015). The effect of dual image (corporate and brand) on customers' WOM : the role of customer loyalty. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(12), 10 – 26.
- Somantri, A., Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi statistika dalam penelitian*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sondoh, S. L., Omar, M., Wahid, N. A., Ismail, I & Harun, A. (2007). The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*, 12(1), 83 – 107.
- Souiden, N., Pons, F & Mayrand, M. E. (2011). Marketing high – tech product in emerging markets : the differential impacts of country image and country of origin's image. *Journal of Product and Brand Management*, 20(5), 356 – 367.
- Srivastava, M. (2015). Influencers of customer satisfaction – customer loyalty relationship : a conceptual research model. Diakses dari www.iimdr.ac.in/wp-content/uploads/Vol7-7-ICS.pdf pada 16 Juli 2018.
- Starbucks. (2018). <http://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>. Diakses pada 3 Juni 2018.

- Suchanek, P., Richter, J & Kralova, M. (2014). Customer satisfaction product quality and performance of companies. *Review of Economic Perspectives*, 14(4), 329 – 344.
- Sundari, T. (2010). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan wanita pada klinik kecantikan. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Suryaningtiyas, D., Harahap, N & Riniwati, H. (2013). Analisis kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan (nelayan) di UPTD panggalan pendaratan ikan POPOH desa Besole kecamatan Besuki Tulungagung Jawa Timur. *Economic and Social of Fisheries and Marine Journal*, 1(1), 41 – 51.
- Sweeney, J. C & Soutar, G. (2011). Consumer perceived value : the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 203 – 220.
- Top Brand Awards. (2018). http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2. Diakses pada 16 Juli 2018.
- Tu, Y. T., Wang, C. M & Chang, H. C. (2012). Corporate brand image dan customer satisfaction on loyalty : An empirical study of Starbucks coffe in Taiwan. *Journal of social dan Development Sciences*, 3(1), 24 – 32.
- Venessa, I & Arifin, Z. (2017). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44 – 48.
- Wahyuni, N. D. (2016). <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2689818/10-negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-ri-termasuk>. Diakses pada 3 Maret 2017.
- Waskita, A. I. (2016). Pengaruh citra merek harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 5(9), 1 – 20.
- Widjaya, M., Wijaya, S & Jokom, R. (2007). Analisis penilaian konsumen terhadap ekuitas merek coffe shop di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(2), 89 – 101.

Widiyarti, Y. (2018). <https://cantik.tempco.co/read/1132237/ciri-khas-generasi-milenial-ini-kerap-jadi-sorotan-apa-saja-itu>. Diakses pada 4 Oktober 2018.

Wijaya, P. S. M. (2008). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Starbucks coffe Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 1 – 19.

Wijayanto, I & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 910 – 911.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31 – 46.