

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdullah, Thamrin, & Francis, T. (2018). Manajemen Pemasaran ,Depok : PT Raja Grafindo Persada Jakarta : Rajawali Pers, 2018. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).
- Alma, & Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2017). *Some antecedents and outcomes of brand love. Marketing Letters*, 17(2), 79–89.
- Chakti, R. (2019). *Langkah Membangun Merek / Branding Bisnis oleh A. Gunawan R. Chakti - Buku di Google Play*.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset*.Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Warta ...*, 14(1), 154.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Statistics*.25.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing (17th ed). United Kingdom. *Pearson Education Limited.Pelanggan. Erlangga: Jakarta.*, 4.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN. 1*.
- Laksamana, P. (2018). Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty. *Evidence from Indonesia's Banking Industry*. 8(1), 6., 8.
- Limakrisma, & Purba. (2017). *Manajemen pemasaran : teori dan aplikasi dalam bisnis (Vol. 4, Issue 3, pp. 247–248)*.
- Rajput, D. (2019). Marketing & Industrial Relation Unit-8 Ugc-Net Management (Code-17): As Per New Updated Syllabus.
- Sugiyono. (2017). *Kualitatif dan Kuantitatif (Vol. 2)*.

Jurnal :

- Agatha, C., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Brand Love dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Sabun Mandi Dettol di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2).
- Andriani, M., & Bunga, F. . (2017). Faktor pembentuk brand loyalty : peran self concept connection, brand love, brand trust. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 157.

- Azizah, A. (2017). Pengaruh Brand Image dan Sense of Community Terhadap Brand Love Pada Industri Otomotif di Indonesia. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*, Vol.1(1), 1–10.
- Batra, R., Ahuvia, A., & Bagozzi, R. (2017). Brand Love. *Journal of Marketing*, 16.
- Bergkvist, L., & Bech-Larsen, T. (2019). Two studies of consequences and actionable antecedents of brand love. *Journal of Brand Management*, 17(7), 504–518.
- Cici, C., & Mardikaningsih, R. (2022). Pengaruh Kepribadian Merek, Pengalaman Merek, dan Cinta Merek The Body Shop terhadap Loyalitas Merek. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 93–99.
- Ferrinadewi, E., & dalam Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121.
- Fournier, S. (2017). Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343–373.
- Frenredy, W., & Dharmawan, P. (2020). Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love Dan Brand Loyaty. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1005.
- Guna, R. A. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Love Pada Word of Mouth Smartphone Samsung Di Kota Padang. *Management Analysis Journal*, 6(4), 377–387.
- Halim, K. A. (2017). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty dan Premium Price Melalui Brand Love pada Fashion Brand Zara.
- Hasanah, E. Y. (2018). Studi Mengenai Brand Loyalty Dalam Meningkatkan Brand Equity. 17(2), 177–196.
- Hasugian, J. T. M. (2017). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 228–239.
- Lamb, C. & J. F. H. (2018). P. (Marketig). (2018). *Manajemen Bisnis. Manajemen Bisnis Pemasaran*, 15–56.
- Lumba, M. G. (2019). Pengaruh Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pembeli Sabun Mandi Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 287271.

- Murtaza, & Bambang. (2022). Pengaruh Brand Awareness , Brand Love dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Kopi Spesial Arabica UD . KUPI PANTAN RAYA KABUPATEN ACEH. *Pemasaran Kompetitif*, 05(3), 341–355.
- Naufal, M. ., & Maftukhah, I. (2017). *Management Analysis Journal*. 1(2), 120–128.
- Oliver, R. L. (2017). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 33–44.
- Prahastisalsabila Salsabila, & Nurhadi. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada produk Hand & Body Lotion Lotion Nivea. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1) 184–198.
- Rasheed dalam Pratiwi, F. A. (2018). Gambaran Brand Commnication Brand Trust Dan Brand Loyalty Pelanggan Kosmetik Sariayu Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 89–99.
- Ritmaratri Yola, V., & Realize. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Sensodyne. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 633–646.
- Sari, P. Y., & Sudarti, K. (2017). peningkatan brand loyalty melalui brand image, brand love, dan customer satisfaction (brand loyalty through improved brand image, brand love, and customer satisfaction). *Fokus Ekonomi*, 11(1), 1–22.
- Simamora, B. (2017). Brand Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. *Manajemen Pemasaran*, 1–16.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144.
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. . (2018). *Consumer Behaviour*.
- Sibagariang, C. H., & Nursanti, T. D. (2018). Terhadap Brand Loyalty Pada Pt Bank Sinarmas. 11(2), 118–129.
- Sihombing, odyta agnes, & Kristiyono, yokie radnan. (2018). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi (Jeba)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(1).
- Stefany, S., Padmalia, M., & Effendy, J. A. (2021). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Love Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Iphone Di Surabaya [the Effect of Brand Experience on Brand Loyalty With Brand Love As a Mediation Variabels on Iphone Users in Surabaya]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 16(1), 115.
- Toviani, T., & Indriyanti, S. (2017). Pengaruh Brand Evaluation , Trust , Satisfaction , Brand Relationship , Brand Affect , Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Sabun Mandi Antiseptik. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 243–248.

Wijayanto, L., & Iriani, S. . (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(3), 131–140.

Website :

Unilever Indonesia. (n.d.). www.unilever.co.id. (diakses pada tanggal 29 November 2022, pukul 11.31 WIB)

www.topbrand-award.com. (n.d.). (diakses pada tanggal 29 November 2022, pukul 11.31 WIB)

<https://compas.co.id/article/brand-sabun-mandi-terlaris> (diakses pada tanggal 29 November 2022, pukul 11.31 WIB)

<https://reviews.femaledaily.com/products/body-wash-76> (diakses pada tanggal 29 November 2022, pukul 11.31 WIB)

