

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Zohaib. (2014). Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*, 5 (1), 306-326.
- Algesheimer, R., Dholakia, U.M., dan Herrmann, A. (2005). The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Cars Club. *Journal of Marketing*, 69 (1), 19-34.
- Alhaddad, Abdullah. (2015). Perceived Quality, Brand Image, and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty, *Journal of Research in Business and Management*, 3 (4), 1-8.
- Annisa, Mira. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir*. Skripsi yang tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F.B., dan Akram, A.N. (2011). Impact of Brand Image, Trust, and Affect on Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role of Brand Loyalty, *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1 (5), 73-79.
- Arifin, J., dan Prasetya, H.A. (2006). *Manajemen Rumah Sakit Modern Berbasis Komputer*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, Henry. (1997). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th Revised Edition. New-York: South Western.
- Balaji, M.S. (2015). Investing in Customer Loyalty: The Moderating Role of Relational Characteristics. *Springer Berlin Heidelberg*, 9 (1), 17-40.

- Cahyo, N.W. (2009). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Atas Merek terhadap Ekuitas Merek (Studi Air Minum dalam Kemasan Merek Aqua pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNS)*. Skripsi yang tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret.
- Chauduri, A., dan Holbrook, M.B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Effect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65 (2), 81-93.
- Davies, G., Chun, R., Silva, R.V., dan Roper, S. (2003). *Corporate Reputation and Competitiveness*. London and New York: Routledge Taylor and Francis Grup.
- Ercis, A., Unal, S., Candan, F., dan Yildirim H. (2012). The Effect of Brand Satisfaction, Trust, and Brand Commitment on Loyalty and Repurchase Intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58 (1), 1395-1404.
- Fauzan, M. (2016). Pengaruh Brand Trust Indihome terhadap Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3 (2), 2414-2420.
- Fatema, M., Azad, K., dan Masum, A.K.M. (2013). Impact of Brand Image and Brand Loyalty in Measuring Brand Equity of Islami Bank Bangladesh Ltd. *Asian Business Review*, 2 (1), 42-46.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fullerton, Gordon. (2005). The Impact of Brand Commitment on Loyalty to Retail Service Brands. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22 (2), 97-110.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hankinson, Graham. (2003). Relational Network Brands: Towards a Conceptual Model of Place Brands. *Journal of Vacation Marketing*, 10 (2), 109-121.
- Haryono, Siswoyo. (2017). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta Timur: Luxima Metro Media.
- Hsieh, An-Tien, dan Li, Chung-Kai. (2008). The Moderating Effect of Brand Image on Public Relations Perception and Customer Loyalty. *Marketing Intelligence and Planning*, 26 (1), 26-42.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity. *Journal of American Marketing Association*, 57 (1), 1-22.
- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management*. 3rd Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Lau, G.T., dan Lee, S.H. (1999). Consumer's Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4 (4), 341-370.
- Mao, Junjun. (2010). Customer Brand Loyalty. *International Journal of Business and Management*, 5 (7), 213-217.
- Nurulaini, Nunun. (2010). *Analisa Brand Equity Rumah Sakit Islam Jakarta Menurut Persepsi Pelanggan Rawat Jalan di Empat Layanan Dasar pada Tahun 2010*. Tesis yang tidak diterbitkan. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Program Magister Kajian Administrasi Rumah Sakit Jakarta. Universitas Indonesia.
- Panjaitan, A.O.Y., Rofiaty, dan Sudjatno. (2016). Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek (Studi pada Kuliner Khas Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3 (2), 141-161.
- Pramono, A., dan Rusdiansyah, A. (2007). *Analisa Pola Penggunaan Kartu Pra Bayar Telepon Seluler untuk Konsumen Mahasiswa dengan Metode Markov Chain*. Tesis yang tidak diterbitkan. Program Studi

Magister Manajemen Teknologi ITS. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi VI Surabaya.

- Priyatno, Duwi. 2009. *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Purbasari, D.M., dan Purnamasari, D.L. (2016). Antecedent Keterikatan Merek dalam Membangun Hubungan Merek pada Konsumen (Kepercayaan, Kepuasan, dan Komitmen) terhadap Loyalitas. *Seminar Nasional Inovasi dan Rekayasa Teknologi Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon*, 5 (1), 38-46.
- Putri, N.A., Arifin, Z., dan Wilopo. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32 (1), 128-134.
- Republik Indonesia. (1999). *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 84 Tahun 1990 tentang Kesehatan tentang Kesehatan Swasta di Bidang Medik*.
- Republik Indonesia. (2014). *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 56 Tahun 2014 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit*.
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang RI Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit*.
- Rizqiani, A. (2013). Ekuitas Merek Rumah Sakit Tadjuddin Chalid Makassar. *Jurnal Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 9 (2), 88-94.
- Rosa, Elsy, Maria, dan Arini, Merita. (2018). *Buku Panduan Tesis*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Rumah Sakit Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rundle-Thiele, S., dan Bennet, R. (2001). A brand for All Season? A Discussion of Brand Loyalty Approaches and Their Applicability for Different Markets. *Journal of Product and Brand Management*, 10 (1), 25-37.
- Sahin, A., Zehir, C., dan Kitapci, H. (2011). The Effects of Brand Experience, Trust, and Satisfaction on Building Brand Loyalty: An

- Empirical Research on Global Brands. *Procedia Social Behavioral Sciences Elsevier*, 24 (1), 1288-1301.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2004). *Customer Behavior*. 8th Edition. New York: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017a). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Edisi 6. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Edisi 6. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Shandi, A.P. (2011). *Analisis Dimensi Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Pengguna Kartu Indosat IM3 di Kota Semarang*. Skripsi yang tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Sibarani, Tangkas. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Kesehatan dan Citra Merek pada Loyalitas Pasien, dengan Kepuasan Pasien Sebagai Pemediator (Studi di Bangsal VIP Rumah Sakit Ortopedi Prof. Dr. R. Soeharso di Surakarta). *NCAB Repository UMY*, 1(5), 39-71.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., dan Sabol, B. (2002). Customer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, 66 (1), 15-37.
- Sugiharti. (2012). Membangun Citra Merek yang Positif Dalam Rangka Menciptakan Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 54-64.
- Sukmawati, I., dan Massie, James. (2015). The Effect of Service Quality Mediated by Customer Satisfaction and Trust toward Customer Loyalty in PT Air Manado. *EMBA Journal*, 3(3), 729-742.
- Sulibhavi, B., dan Shivashankar, Dr. (2017). Brand Image and Trust on Customers Loyalty: A Study on Private Label Brands in Hubli-Dharwad Conglomerate City of Kartanata. *International Journal of Engineering Research and Application*, 7 (9), 1-6.

- Sulistian, Ogi. (2011). *Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Gudang Garam Filter*. Skripsi yang tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Kuningan.
- Sumaedi, S., Bakti, I.G.M, Astrini, N.J., dan Yarmen, M. (2014). *Public Transport Passengers' Behavioural Intentions Paratransit in Jabodetabek-Indonesia*. New York: Springer.
- Supranto, J., dan Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Susanto. (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra terhadap Kepuasan Pasien dan Kepercayaan serta Loyalitas Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Umum daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Disertasi yang tidak diterbitkan. Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Wu, Chao-Chan. (2011). The Impact of Hospital Brand Image on Service Quality, Patient Satisfaction, and Loyalty. *African Journal of Business Management*, 5 (12), 4873-4882.
- Wang, X., dan Yang, Z. (2010). The Effect of Brand Credibility on Consumers' Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image. *Journal of Global Marketing*, 23 (3), 177-188.
- Whitwell, G., Lukas, G.A., dan Doyle, P. (2003). *Marketing Management: A Strategic, Value-Based Approach*. Milton, Qld: John Wiley & Sons Marketing, Ltd.