

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdullah, Thamrin. 2017. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Affandi, Lutfi. 2011. “Pengaruh Komitmen Relasi, Kualitas, Pelayanan, Dan Percayaan, Terhadap Loyalitas konsumen (Studi Pada PT. Teduh Makmur Semarang)”. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Apriliani, R. Aj. EP. 2019. Pengaruh brand trust, brand equity, dan brand image terhadap loyalitas pelanggan studi pada pelanggan the botol sosro di wonosobo. *Jurnal PPKM*, Volume 6, Nomor 2 (hlm. 112-121).
- Armanto, Bella, dkk. 2022. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, Volume 3, Nomor 2.
- Astuti, R & Alfarizky, A. 2020. Pengaruh citra merek dan kepercayaan merek pada produk Yamaha (Studi kasus pada mahasiswa/I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, Volume 1 (hlm. 32-42).
- Baisyir, Fauzi, M. Q. 2021. Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan. *Journal of Management Review*.
- Berliana, dkk. 2021. Pengaruh *green marketing* dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 18, Nomor 3.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M.B. 2001. *The chain effect from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*. *Journal of Marketing*, 65(2). 81-93.
- Citra & S.B. Santoso. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro journal of management*, Volume 13, Nomor 1 (hlm 67-79).
- Delgano, Elena and Manuera, J.L. 2001. “Brand trust in the context of consumer loyalty”. *European Journal of Marketing*, Vol. 35. Nomor. 11-12 (hlm 1238-1258).

- Delgano. 2005. "Does Brand Trust Matter to Brand Equity?" *The Journal of Product and Brand Management*, Vol. 14 No. 2/3.
- Disastra, Novita, dkk. 2022. Pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (studi pada pengguna sepeda motor di Bandar Lampung). *Jurnal SMART: Strategy of management and accounting through research and technology*, Volume 2, Nomor 1 (hlm 55-66).
- Durianto, Darmadi, dkk. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fadilah, Ade, dkk. (2018). *The effect of marketing mix, brand image dan service quality on customer loyalty in Bank BNI Syariah*. *International Journal of Islamic Business and Economics*, Nomor 1(hlm 2599-3216).
- Faizal, H & Nurjanah, S. 2019. Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 4, No.2.
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al - Yasin Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol.1, No.2 Hal 52.
- Fauzi Baisyir (2021). Pengaruh kesadaran merek terhadap kepercayaan merek dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen hand body lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Volume 9, Nomor 2 (hlm 191-201).
- Ferdinand, A.T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferrinadewi, E. 2016. Pengaruh nilai-nilai hedonis dan konsep diri terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada loyalitas merek di Surabaya (Studi pada pembelian barang mewah). *E-Journal Manajemen Kinerja*, Volume 2, Nomor 2 (hlm 1-11).
- Fitriani, Merry, dkk. 2022. Pengaruh identitas merek, persepsi kualitas produk dan brand trust terhadap loyalitas merek smartphone iphone di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Nomor 6 (hlm 11317-11324).
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Ghozali, Imam. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* “. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarto, M., & Septayuda, I. (2016). Analisis ekuitas merek dalam persaingan perguruan tinggi swasta Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah MBiA*, Volume 15, Nomor 2 (hlm 115-124).
- Halim, R. E. (2006). The effect of the relationship of brand trust and brand affect on brand performance: An analysis from brand loyalty perspective.
- Hanim, F., & Siti, N. (2019). Pengaruh persepsi kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis*, Volume 4, Nomor 2 (hlm 307-316).
- Januar, A, F. 2016. Pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen (studi pada koran harian PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru). *JOM FISIP*, Volume 3, Nomor 2.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: *PT. Indeks*.
- Kusuma, Arta Adi. 2013. Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Muria Semarang. *Skripsi UNES*. Semarang
- Laksono, A, W., & Suryadi, N. 2020. Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap loyalitas merek pelanggan geprek benu di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, Volume 1, Nomor 1.
- Lukman, E. 2018. Pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* pada pengguna helm merek ink (Studi kasus pada mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang).
- Mendrofa. 2021. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kendaraan Merek Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, Volume 9, Nomor 4.

- Minar, D & Safitri, A. (2017). *Brand image and product quality on customer loyalty (Survey in Cekeran Midun)*. *Trikonomika*, Volume 16, Nomor 1 (hlm 43-50).
- Nalau, Antonio.2010. Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan. (Online).
- Pradana, M. B. V., Wahab, Z., Widad, A., & Gunarto, M. (2019). Studi kepuasan dan loyalitas nasabah melalui kualitas layanan dan citra bank Sumsel Babel. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 2, Nomor 2 (Hlm 206-219).
- Prakosa, B. (2022). Pengaruh kepercayaan merek, komitmen merek, dan citra merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha NMAX.*Skripsi*. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Prawira &Setiawan. 2021. Pengaruh *brand image, brand satisfaction, dan brand trust* terhadap *brand loyalty* pelanggan sepatu merek Nike. *E-Jurnal Manajemen*, Volume 10, Nomor 12.
- Purhantara, Wahyu. 2010. Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putra, A. S. 2018. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada konsumen Smartphone Lenovo di DIY).*Skripsi*. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ramadhan, A. F., & Zuliestiana, D. A. (2019). Analisis Pemanfaatan Youtube Sebagai Social Media Marketing Go-Jek Dalam Mempengaruhi Minat Beli dan Loyalitas Terhadap Brand. *Jurnal Mitra Manajemen*, Volume 3, Nomor 5 (hlm 628-637).
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Rika, Agustina Maulidatur. (2017). Model Loyalitas Pelanggan Berbasis Customer Relationship Management (Studi Kasus Pada Usaha Distro Districtsides Dan Smith Semarang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 18. No.2.
- Ritmaratri dan Realize. (2020). Pengaruh kepercayaan merek, citra merek, dan persepsi kualitas terhadap loyalitas merek sensodyne. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Volume5, Nomor 3 (hlm 633-646).
- Rizky, F, A., & Utomo, M. 2017. Pengaruh *brand image, brand trust dan perceived quality* terhadap *brand loyalty* adidas pada Chelsea Indonesia

- supporter club (cisc) di depok. *Jurnal Manajemen*, Volume 13, Nomor 2.
- Safitri, N. 2017. Pengaruh kepercayaan merek, citra merek dan kesadaran merek terhadap loyalitas merek Honda Vario di Surabaya. *Skripsi. Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.*
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.*
- Schiffman dan Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.*
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.*
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition. England: Pearson Education Limited.*
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama*
- Stefano & Yuliawati. (2019). Analisis determinan brand loyalty singkong keju d9. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Volume 10, Nomor 2.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.*
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.*
- Sumarwan, Ujang dan Agus Djunaidi, Aviliani. 2009. *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam penciptaan nilai bagi pemegang saham.*
- Sumarwan, Ujang. 2018. *Riset Pemasaran dan Konsumen, Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko. Bogor. IPB Press.*

Suryani & Rosalina. 2019. Pengaruh brand image, brand trust, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating pada startup business unicorn Indonesia. *Journal of business studies*, Volume 4, Nomor 1.

Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.

