

DAFTAR RUJUKAN

- Ayuningtyas, Rezitha & Irmawati. (2019). Analisis pengaruh *customer relationship management*, citra merek, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada larissa *aesthetic center* di Surakarta. (Thesis). Retrieved from UMSLibrary.
- Ali, Hasan. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Bao, D. (2020). *The effects of trust, perceived service quality, and corporate image on customer loyalty of china mobile in the dali city of china*. (Thesis). Universitas Bangkok.
- Chaudhuri, A., & 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 (April), 81-93.
- Durmas, Y., Çavuşoğlu, S., Özer, Ö. (2018). The effect of brand image and brand benefit on customer loyalty: the case of Turkey, *International Journal of Academic*, 8(5).
- Duwi Priyatno. (2009). SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan *Multivariate*, Yogyakarta: Gava Media.
- Chusniartiningasih, Eka & A.L Andjarwati. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel *Intervening*, *JIM*, 7(1).
- Faizal, Hanim & Nurjanah, Siti. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. 4(2).
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hasan, Ali. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS
- Hawkins, Del I. (2013). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. New York: Mc Graw-Hill.
- Iskandar, Hengky & Berlianto, M. P. (2018). Analisis Pengaruh *Brand Image, Perceived Price, Trust dan Value* Terhadap *Behvioral Intention* Pengguna

Smartphone Samsung Galaxy S8. Seminar Nasional dan Call for Paper Manajemen, Akuntansi dan Perbankan. 33-39.

- Iversen, Nina .M & Hem, Leif. E. (2008). Provenance associations as core values of place umbrella brands: A framework of characteristics. *European Journal of Marketing*. 42, 603-626.
- Kardes, Frank. R, *et al.* (2011). *Consumer Behavior: Science and Practice*. China: *South-Western Cengage Learning*.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Macanan Jaya Cermelang.
- Liu, S. F., Liu, H. H., Chang, J. H., Chou, H. N. (2019). *Analysis of a new visual marketing craze: The effect of LINE sticker features and user characteristics on download willingness and product purchase intention*. *Asia Pacific Management Review* 24. pp. 263-277.
- Mardiana, Fera & Rose Rahmidani. (2020). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan *Otobus* Kurnia (PO. Kurnia) Rute Padang-Medan. *EcoGen*, 3(2).
- Morgan, R.M. & Hunt, S.D. (1994). *The commitment trust theory of relationship marketing*, *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Peter, J. Paul & Jerry C Olson. (2002). *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Rizal, A. S., Telagawathi, N. L. W. S., Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan sepatu merek Nike di Singaraja futsal. *Jurnal Prospek*, 1(2).
- Rohmad, Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., Yusman, E. (2022). *The Influence of Brand Image, Promotion and Trust On Customer Loyalty At Bank BSI Nagoya Batam Branch*. *Jurnal Mantik*, 6(2).
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., Fanggidae, R. P. C. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 11(1), 49-64.
- Sanjaya, Wina. (2011). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group

- Seduram, Linda, *et al.* (2022). *Predicting Smartphone Brand Loyalty Using Four-Stage Loyalty Model*. Sage, 12.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vellina, Gina & N.L.W.S. Telagawathi, (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman JNE *Express* di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(3).
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). *The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik*. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9.

