

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2022). Building Strong Brands. The Free Press.
- Adhari, I. Z. (2021). Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand trust (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Adlin, F. N., Ferdiana, R., & Fauziati, S. (2019). Current trend and literature on electronic CRM adoption review. *Journal of Physics: Conference Series*, 1258.
- Afiftama, I., & Nasir, M. (2024). The Effect of Brand image, Brand trust and Customer Experience on Brand Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 191–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2403>
- Agung, G., Suryantini, A., & Sujana, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Di Kota Singaraja. 11(1), 116–122. <https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Eku>
- Agustin, N. (2023). The effect of service quality on customer loyalty with brand trust as an intervening variable in NDC Dental Clinic. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v3i2.4551>
- Ali, B. J. (2021). The Effect Of Customer Experience On Brand image, Brand trust And Brand Loyalty. *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 15(4), 509–532.
- Alya Kasamira, D., & Prabawani, B. (2024). Pengaruh Brand image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Im3 Di Kota Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Issue 1). <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jiab>
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60. <https://Doi.Org/10.37641/Jipkes.V2i1.586>
- Anees-Ur-Rehman, M., Wong, H. Y., Sultan, P., & Merrilees, B. (2021). How Brand Experience, Brand trust, And Brand Love Influence Customer Brand Engagement And Loyalty. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 61.
- Anggreni, D. (2022). Penerbit Stikes Majapahit Mojokerto Buku Ajar.

- Apriliani, R. Aj. Ep. (2020). Pengaruh Brand trust, Brand Equity Dan Brand image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo).
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Arikunto, S. (2016). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Arisandi, E., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2022). Analysis of brand loyalty through brand image as an intervening variable. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 5(5), 117–133. Retrieved from <https://www.ejournal.aibpmjournals.com/index.php/JICP>
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* (6th ed.). South Western College Publishing.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. BPS.
- Badriah, D. L. (2023). *Metodologi penelitian kesehatan* (9th ed.). Multazam.
- Budianto, Y. P., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand images sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1.
- Cahyani, P., Welsa, H., & Aji, G. (2022). The effect of social media marketing, perceived quality on brand loyalty, with brand trust as intervening variables (Study on Tokopedia E-commerce in Yogyakarta). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4555>
- Cantona, C. F., & Alvita, M. (2024). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap loyalitas pelanggan pada Shopee dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4(3), 73-86. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1535>
- Chandra, D. S. (2023). *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Dan Interaksi Pelanggan Terhadap Brand image*. In *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* (Vol. 2, Issue 2).
- Chandra, J. R., & Adiwijaya, M. (2023). Pengaruh Customer Experiences Terhadap Brand trust Dengan Moderasi Sales Promotion Pada Spbu Shell Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.17.1.41-52>

- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Choi, Y., & Sun, L. (2019). Reuse intention of third-party online payments: A focus on the sustainable factors of Alipay. *Sustainability*, 8(2), 147.
- Chusniartiningsih, E., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan merek sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan Teh Pucuk Harum wilayah Surabaya Utara). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 85-95
- Claranita, L. (2020). Analisa Pengaruh Product Quality Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Madame Chang Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11-11.
- Curatman, A. (2020). Program loyalitas pelanggan. Deepublish.
- Deka, R. E., Nurhajati, N., & Rachma, N. (2019). Pengaruh brand association dan brand awareness terhadap brand loyalty melalui brand trust pada start up fintech OVO. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(1), 96-107.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. (2021). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*.
- Dimas Hardian Putra, & Ginanjar Rahmawan. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Di Sukoharjo. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 387–394. <https://doi.org/10.53625/Juremi.V2i3.3850>
- Ebrahim, R. S. (2020). The Role Of Trust In Understanding The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity And Brand Loyalty. *Journal Of Relationship Marketing*, 19(4).
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). Partial Least Squares (Teori Dan Praktek). CV. AA. Rizky.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, M., ... & Risakotta, T. K. (2023). Produk dan merek. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firdaus, A., Rosnani, T., Listiana, E., Setiawan, H., & Fitriana, A. (2024). Customer experience and brand image on loyalty through customer satisfaction of Erigo consumers. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 241-249. <https://doi.org/10.35335/jmas.v7i1.386>

- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1549-1562.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilboa, S., Seger-Guttmann, T., & Mimran, O. (2019). The unique role of relationship marketing in small businesses' customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 152–164. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.004>
- Harjadi, D., Hadi Gunawan, W., & Alawiyah, W. S. (2025). Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Dan Green Product Terhadap Brand Loyalty. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 8(1). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>
- Hendra, T., Djawahir, A. H., & Djazuli, A. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2).
- Heri Setiawan. (2022). Anteseden Keterlibatan Konsumen Dalam Media Sosial Dan Minat Berkunjung Ke Restoran Lokal. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(4), 929.
- Heriana, C. (2020). *Manajemen pengolahan data: Bahan ajar mata kuliah manajemen data kesehatan*. Refika Aditama.
- Iglesias, O., Markovic, S., & Sierra, V. (2019). Do Customer Perceptions Of Corporate Services Brand Ethicality Improve Brand Equity? Considering The Roles Of Brand Heritage, Brand image, And Recognition Benefits. *Journal Of Business Ethics*, 154, 441–459.
- Iqbal, M., Dahlan, A., & Kholid Mawardi, F. M. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan bra (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol (Vol. 28, Issue 1)*.
- Islam, J. U., Rahman, Z., & Miah, M. (2020). Experience, Brand image And Brand Love In Tourism: A Customer Perspective. *International Journal Of Tourism Cities*, 6(2), 447–460.
- Izdiyar, T., & Juju, H. U. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasanpelanggan (Survey Pada Konsumen 372 Kopi Dago Pakar) (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung)*.

- Jennifer Olivia. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Kamariah, S., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Brand trust dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Dealer Honda Sinar Baru Pamekasan). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 77-87.
- Kamath, P., Pai, Y., & Prabhu, N. (2019). Building customer loyalty in retail banking: A serial mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 456–484.
- Keller, K. L. (2023). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (5th Ed.). Pearson.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Pearson.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5, 191. <https://Api.Semanticscholar.Org/Corpusid:242381876>
- Khatimah, H., & Komalasari, D. (2022). Pengaruh brand image & brand trust terhadap brand loyalty PIXY Cosmetics melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(1), 16-33.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology For Humanity*. Wiley.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran* (14th Ed.). Erlangga.
- Kurniadita, Y. (2024). Does experience guide people to rebuy? Brand loyalty at ice cream shops in Yogyakarta. *Hasanuddin Economics and Business Review*. <https://doi.org/10.26487/hebr.v8i1.5428>
- Laila, N., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh brand image dan brand trust melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen skincare MS Glow di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 453-464. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2339>

- Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Brand image Terhadap Purchase Decision. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2019). Understanding Customer Experience Throughout The Customer Journey. *Journal Of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Maulidiyah, I. Z., & Handoko, Z. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Word-Of-Mouth Marketing, Dan Brand image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Bridging: Journal Of Islamic Digital Economic And Management*, 2(1), 56–63. <https://Journal.Alshobar.Or.Id/Index.Php/Bridging>
- Minto Waluyo, I. M. (2022). Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM).
- Murtiningsih, D., Moeljadi, M., Noermijati, N., & Rofiaty, R. (2016). The effect of brand trust and brand loyalty (Studies in the University of Budi Luhur Jakarta). *International Journal of Business, Economics and Law*, 11, 57–61.
- Murwani, F. D. (2012). Pengembangan Instrumen Pengukuran Gaya Belajar Konsumen. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 7(1), 1-10.
- Nguyen, T. N., Ngo, L. V., & Ergen, E. (2021). Understanding Customer Trust In Service Brands: The Roles Of Brand Experience And Perceived Value. *Journal Of Services Marketing*, 35(4), 489–502.
- Notoatmodjo, S. (2018). Metodologi penelitian kesehatan. PT Rineka Cipta.
- Nurlaeli, S. (2019). Strategi brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian: Studi pada pengguna minyak goreng BIMOLI di kalangan ibu-ibu persistri Cabang Dayeuhkolot (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Pangestika, C. G. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand trust Dan Brand Engagement Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Produk The Body Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Pekovic, S., & Rolland, S. (2020). Recipes for achieving customer loyalty: A qualitative comparative analysis of the dimensions of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102171. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102171>
- Permatasari, A. A. A. R., & Yasa, N. N. K. (2020). Kepercayaan pelanggan: Di antara hubungan citra perusahaan dan kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan mapemall.com.
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah

Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. Jurnal Manajemen Bisnis, 9(2).
<https://doi.org/10.18196/mb.9262>

- Pratama, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Yang Dirasa, Kesadaran Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Penikmat Coklat Silverqueen Di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Pujiawati, S., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction Terhadap Brand image Pada Armor Kopi Bandung.
- Putri, A., & Wulandari, S. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas merek pada produk konsumsi. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(1), 23–33.
- Rahayu, N. A., & Lestari, M. T. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand image Pada Aplikasi Linkaja The Effect Of Customer Experience On Brand image On Linkaja Applications. <https://www.ojk.go.id/>,
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 5. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- Rahmawati, A. N., & Rini, P. L. (2023). *Brand image and brand trust as antecedents of consumer loyalty mediated by satisfaction*. In *Proceedings of the International Conference on Management and Business Innovation for Empowering Society (ICOMBIES)*, Universitas Ahmad Dahlan.
- Rahmawati, M., Murni, S. S., & Afif, N. C. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Brand trust Dan Brand image.
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand trust Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 6(1), 2023.
- Ramadhan, M. A. F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU), 4(2), 153-169.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2022). Peran Brand trust Dalam Memediasi Customer Experience Dan Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Reken, F., Erdawati, E., Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., ... & Tawil, M. R. (2024). Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran. CV. Gita Lentera.

- Riyanti, B. P. D. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Riyanto, F. A. (2023). Pengaruh brand experience dan brand image terhadap brand loyalty dengan brand trust sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 15(1), 65–84. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.1071>
- Sa'adah, L. (2020). Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. *Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah*.
- Sahin, A., Zehir, C., & Kitapci, H. (2020). The Effects Of Brand Experiences, Trust And Satisfaction On Building Brand Loyalty: An Empirical Research On Global Brands. *Journal Of Business Research*, 120, 538–546.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Sah Media.
- Santoso, S. (2021). Analisis structural equation modelling (SEM) menggunakan AMOS 26.
- Sari, R. F., & Nugroho, B. (2021). Peran responsivitas media sosial dalam membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 6(3), 44–52.
- Schmitt, B. (2021). *Experiential Marketing: How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act, Relate (Update)*. The Free Press.
- Seliana, S., Fitriani, L. K., & Rois, T. (2023). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 2023. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Shaban, O. (2018). Factors affecting brand loyalty: A study of palm cooking oil in Malaysia.
- Shimp, T. A. (2023). *Periklanan promosi & aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu* (1st ed.). Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarmi, S., & Wijayanti, H. (2023). Brand experience dan brand loyalty: Mediated by brand trust. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. <https://doi.org/10.22441/jimb.v9i3.16060>
- Sumarwan, S. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Konsumen Pita 8

Outdoor Store Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

- Susiana, S., Husen, S., Khotimah, K., Sutisna, E., & Yendra, Y. (2021). Membangun kepuasan pelanggan untuk mengatasi gap antara pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Anwarudin dan APMS Anwarudin. *The Journal of Business and Management Research*, 4(1). <https://doi.org/10.55098/tjbmr.v4i1.40>
- Tamin, F., & Berlianto, M. (2023). Influence of brand image, service quality, customer experience, and trust through customer satisfaction as intervening variable on customer loyalty at Celebrity Fitness member in Jabodetabek area. *Cakrawala* Repositori IMWI. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.533>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Service, Quality & Satisfaction* (4th Ed.). Andi Publisher.
- Tri Anggun Melen Novari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk 3second (Studi Kasus Pada Store 3second Jl Majapahit Mojokerto). *Journal Of Islamic Economics And Finance*, 1(3), 35–54.
- Widjaja, H., & Sutanto, D. (2022). Analisis kebutuhan produk pokok di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 105–117.
- Yasa, N. N. K. (2020). Kepercayaan pelanggan di antara hubungan citra perusahaan dan kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan. *Lakeisha*.