

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, M., Suherman, & Aditya, S. (2023). Efek Mediasi Brand Trust dalam Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Bukalapak. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1499–1516. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.731>
- Alfian, & Susanti, R. (2023). Pengaruh Brand image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Oppo Di Risela Cell Kecamatan Sangir Kabupaten Soloka Selatan. *Jurnal Economina*, 2(2).
- Ambarwati, E., K, T. A., & Handoko, Y. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Love Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Indomaret. *Jurnal Ekonomi*, 16(1), 29–53.
- Apriliani, R. Aj. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal PPKM*, 6(2), 112–121.
- Ardita, D. P., Octavia, Y. F., & Wardani, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Apple Iphone. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(3).
- Awal, M., Arifudin, A., & Parapaga, F. B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pengguna Helm KYT. *Journal of Businness & Management*, 5(1), 57–68. <https://doi.org/10.35724/mjbm.v5i1.4866>
- Budaya Kemajapahitan, R., Nurrania, A., & Wijaya Kusuma Surabaya, U. (2024). Prosiding Seminar Nasional Kusuma III Kualitas Sumberdaya Manusia. In *Prosiding Seminar Nasional Kusuma III* (Vol. 2). Oktober.
- 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. <https://doi.org/10.47065/jtear.v2i4.267>
- Dayanti, A. D., Sudapet, I. N., & Subagyo, H. D. (2019). The Effect of Brand Image and Brand Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Ara Shop Sidoarjo. *Jurnal of World Conference*, 1(2), 257–262.
- Dirbawanto, N. D., & Sutrasnawati, E. ng. (2016). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty. *Management Analysis Journal*, 5(1).
- Elvera, Dr., & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian* (E. S. Mulyanta, Ed.). Andi.
- Harjadi, D., & Fitriani, L. K. (2024). *Marketing (Teori dan Konsep)*. PT arr Rad Pratama .
- Hasnani, S., Titing, A. S., & Hendrik. (2023). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Penggunaan Produk Scarlett Whitening Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1.

- Hutabarat, M. L. P., & Pakpahan, R. (2023). *Business Analytics and Artificial Intelligence for Supporting Business Sustainability*. <https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index>
- Insiyah, C., & Fitriyah. (2023). Pengaruh Loyalitas Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tabungan Gaul Ib Bprs Bhakti Sumekar Pusat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(2), 12–22. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Irwinsyah, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, Product Factor, dan Sales Promotion Terhadap Customer Loyalty Melalui Purchase Decision di Matahari Departement Store. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 19.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Andreson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis*.
- Kevin, Widayatmoko, & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Fungsi Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Prologia*, 3(1), 169–176.
- Kurniawati, D., Handayani, W. P. P., & Pitoyo, D. J. (2024a). Pengaruh Brand Image, Brand Engagement, Brand Love Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(1), 342–355. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Kurniawati, D., Handayani, W. P. P., & Pitoyo, D. J. (2024b). Pengaruh Brand Image, Brand Engagement, Brand Love Terhadap Customer Loyalty. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(1). <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Nugraheni, R. F., Sampurno, & Hatta, I. H. (2020). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Perluasan Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis*, 4(1), 13.
- Nurfitriana, R., Surachman, & Hussein, A. S. (2020). The Influence of Brand Image and Brand Love on Customer Loyalty Mediated by Customer Engagement: Study on Consumers of Wardah Cosmetics. *Management and Economic Journal (MEC-J)*, 4(2), 105–116. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i2.6251>
- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *JBMA*, 7(2).
- Nurhidayah, A., Yuliniar, & Pangestuti, D. C. (2021). Prosiding Biema Business Management, Economic, and Accounting National Seminar Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay (Astri Nurhidayah, Yuliniar, & Dewi Cahyani Pangestuti, Trans.). *Prosiding Biema*, 2, 942–955.
- Nurrania, A., & Kristiningsih. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Personality Dan Brand Love Terhadap Brand Trust dan Brand Loyalty (Pada Pengguna Harley Davidson). *Kualitas Sumber Daya Manusia*, 2, 408–422.
- Pandowo, A. (2019). Pengaruh Prestise Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Harga Premium: Peran Cinta Merek sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 204–220.

- Perdana, R. E., Komariah, K., & Mulia, F. (2020). Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PD. Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 58–69. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i1.1216>
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6>
- Prayoga, A., & Arianto, T. (2023). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust Dan Brand Preference Terhadap Loyalitas Pelanggan Three Second Di Bencoolen Indah Mall Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(1), 176–186. www.jurnal.umb.ac.id
- Rachmanu, E. D. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Universitas Airlangga*. <https://www.topbrand-award.com/>
- 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), 207–220.
- Ramadhan, F. Z., Yamin, A., & Junaidi. (2024). The Influence of Brand Personality, Brand Awareness and Brand Trust on Consumer Loyalty (Case Study on CV. Fajar Tiga Putra). *ECo-Fin: Economic and Financial*, 6(3), 1–8. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1470>
- Rianto, C. R., & Widayanto. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Converse melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1–7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Rimadewi, A. T. (2024). Understanding the role of brand respect and brand love as a strategy to accelerate lovemarks (survey on the Garuda Airline special for Hajj). *Mas Mansyur No.Kav*, 15(1), 59–65. <https://doi.org/10.59651/dibus>
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022a). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3).
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022b). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2, 305–320.
- Siahaan, R. R. C., Ardhanari, M., & Rahmawati, V. (2023). Membangun Brand Love Dan Loyalitas Konsumen: Analisis Pengaruh Brand Trust Dan Brand Experience

- Pada Penggemar Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 12(2), 161–172. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i2.5228>
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & A.R., A. W. (2019). International Review of Management and Marketing Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90–97. <https://doi.org/10.32479/irmm.7440>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabet.
- Suryani, A. D., Prakosa, A., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Emotional Branding, Customer Experience, dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty pada Samsung Experience Store. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://journal.actual-insight.com/index.php/investasi/article/view/40>
- Tamher, D. M., & Robert Kristaung. (2024). Pengaruh Brand Personality, Brand Attachment, Brand Love Terhadap Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 545–554. <https://doi.org/10.25105/jet.v4i1.19362>
- Vikranof, M. I. A., & Irmawati. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Love Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Produk APPLE di Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 2137–2154. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1293>
- Vutri, A. Z. F., Komariah, K., & Z, F. M. (2023). *Analisis Social Media Marketing Dan Brand Love Terhadap Loyalty Brand Studi Pemasaran Produk Skintific Pada Followers Instagram Kawaidollshop*.
- Yanti, W., Komariah, K., & Jhoansyah, D. (2023). Analysis Brand Love To Customers Loyalty Wardah Product With Customers Engagement As A Mediation Variable Analisis Brand Love Terhadap Customers Loyalty Produk Wardah Dengan Customers Engagement Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7107–7113. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Yati, M. D., & Mukhroji. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, kepercayaan, Kepuasan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas pelanggan Smartphone Vivo. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 7(9).