

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of brand name*. Free Press, New York.
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. *In Business and Management Research*.
- Andriani, B., & Bunga, F. D. (2017). Faktor Pembentuk Brand Loyalty: Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust Dan Brand Image (Telaah Pada Merek H&M Di Kota DKI Jakarta). *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2(2), 157-168.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Candra, S. N., Amil, & Iswanto, D. (2019). Pengaruh Citra dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus kepada Konsumen Telkomsel di Kantor PT. Grapari Mataram). *Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*. 1(1), 29-42.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). Branding, Islamic Branding, & Rebranding “Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global”. PT. Raja Grafindo, Depok.
- Dharmayana, I., & Gede Bayu Rahanatha. (2017). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference Dan Keputusan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, (6)4, 2018-2046
- Durianto, D. S., & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia, Jakarta.
- Edris, M. (2009). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus). *Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*
- Fajrianthi, & Farah, Z. (2005). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *Insan*. 7(3), 276-288.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen. Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Jurnal Ilmiah Universitas Pandanaran*.

- Gunadi, F. A., Adiwijaya, M., & Subagio, H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty dengan Brand Image dan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business & Management Review*. 3(2), 84-105.
- Hartini, S., & Hartanti, L. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Restoran Cepat Saji Di Kotabogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*. 3(1), 16-28.
- Ika, N., & Kustini. (2011). Experientialmarketing, Emotional Branding, And Brand Trust And Their Effect On Loyalty On Hondamotorcycle Product. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*. 14(1), 19-28.
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Pearson Education Limited, England.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education.Inc*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, H. H, (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty melalui Mediasi Brand Image dan Brand Trust. (Studi Pada Brand Restoran Mcdonald's Di Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 4(2), 228-239.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment Trust Theory Of Relationship Marketing. *The Journal Of Marketing*. 8(3), 20-38.
- Pertiwi, R. A., Djawahir, H. A., & Andarwati. (2017). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. 5(2), 20-35.
- Putra, W. G. G., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen*. 8(7), 4328-4356.

- Putri, V. D. A., & Suasana, G. A. K. G. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Coffee (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee Di Wilayah Bali). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(1), 470-496.
- Rahmawati, Ma'ruf, Bus, M., (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Minute Maid Pulpy Orange Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Volume*. 22(2), 109-118.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing* (membangun dan mengembangkan prinsip bisnis dengan praktik marketing Rasulullah saw). PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Rizky, F. A., & Utomo, M. A. S. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Perceived Quality terhadap Brand Loyalty Adidas pada Chelsea Indonesia Supporter Clubv (CISC) di Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 13(2), 37-48.
- Susilawati, W., & Wufron. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama). *Jurnal Wacana Ekonomi*. 17(01), 024-034.
- Sakinah, L. N., & Suhardi, D. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua. *Indonesian Journal Of Strategic Management*. 1(1), 13-31.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh, PT. Indeks, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2012). *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall, USA.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran*. Kencana, Jakarta.

- Sofyan, M. (2017). Pengaruh CSR Perusahaan Terhadap Citra Merek Dan Loyalitas Merek. *Jurnal Siasat Bisnis*. 21(1), 1–18.
- Stefano, B. A., & Yuliawati. (2019). Analisis Determinan Brand Loyalty Singkong Keju D-9. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 10(2), 247–266.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*.
- Sunyoto, D. (2013). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. CAPS, Yogyakarta.
- Vernadila, R. Y., & Realize. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Sensodyne. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 5(3), 633- 646.