

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. 2018 *Manajemen ekuitas merek*, Jakarta : Mitra Utama
- Agatha, C., & Widiartanto, W. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Love Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pemilik Membership Card Oryza Gym Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 50–59. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27188>
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa* Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications. USA: Cengage.*
- Anggraeni, S. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness terhadap Brand Loyalty Telkomsel di kalangan Mahasiswa*. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 5(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v5i1.4053>
- Apriliani, R. A. E. (2019). *Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo)*. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Armstrong dan Kotler, (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Artiniwati, Juni Nyoman, N., Baiq, R. H., & Septiani, E. (2022). *Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan Brand Loyalty Produk Scarlett Whitening*. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2(2), 50–60. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jseit/article/view/8351>
- Astuti, Miguna & Agni Rizkita Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). ON BRANDING : *Dampak Digital Terhadap Merek*. Buhana Ilmu Populer
- Brand, P., Dan, I., & Hidup, G. (2022). *Counter Makeover Di Sun Plaza Medan Skripsi Oleh : Ajeng Retno Pratiwi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Skripsi Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Dendeng, E. V., & Ellitan, L. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Produk Face Wash Merek Wardah Di Surabaya*. 12(1).

<https://doi.org/10.33508/jumma.v12i1.4710>

- Dewi, A. S. (2021). *Pengaruh Perceived Value, Brand Experience, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi pada Pengguna Spotify Premium)*. *Jurnal Imiah Mahasiswa Universitas FEB Brawijaya*, 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7193>
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. In Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Gecti, Zengin, (2013). *The Relationship Between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty : A Field Study toward Sports Shoe Consumers in Turkey*, Faculty of Economis and Administrative Sciences, Yalova University, Turkey
- H, Rima Ambarwati Sari Ab, S. (2019). Dewan redaksi *jurnal bisnis indonesia*. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10. No.1, 92–104.
- Image, B., & Terhadap, T.* (2021). 128 *Jurnal Humaniora Vol 5 No 3 November 2021*. 5(3), 128–137.
- Image, P. B., Trust, B., Dan, H., Produk, K., Satu, U. I. N., & Angkatan, T.* (2022). 1, 2 I. 2(3), 305–320.
- Japariato, E., & Agatha, F. (2020). *Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee di Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–10.
- Junia, Y. I. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 360. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12792>
- Khatimah, H. K., & Komalasari, D. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(1), 16–33. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/view/4451%0Ahttps://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/download/4451/2485>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition: Pearson*.
- Kualitas, D. A. N., & Terhadap, P. (2019). *Pengaruh brand ambassador, beauty vlogger dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk make*

*over.*

- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). *Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB, 11(2), 61–68.*
- Manajemen, J., Magister, P., Universitas, M., *Image, P. B., & Awareness, B.* (2021). *J-MAS. 6(2), 357–360.* <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.296>
- Manajemen, S., Jovanna, D. M., & Hakimah, E. N. (2022). *Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 Terhadap Brand Loyalty Pada Fintech Gopay ( Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri ). 852–856.*
- Nadhiroh, U., & Astuti, R. (2022). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 8(1), 401.* <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.401-412.2022>
- Natanael, S. (2019). *Pengaruh Service Quality, Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Mediasi. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 3(3), 39–46.* <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i3.4975>
- Noor, M. F. (n.d.). *1121-2022-1-Sm. 127–140.*
- Novalia, D., Rahmidani, R., & Tasman, A. (2018). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Vaseline Hand & Body Lotion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jurnal Ecogen, 1(2), 316.* <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4752>
- Pengaruh, A., Awareness, B., Image, B., Trust, B., & Padang, D. I. K.* (2020). *Faculty of Economy, Andalas University. 22(2), 109–118.*
- Putri, I. E. (2023). *Pengaruh Dimensi Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Merek Make Over Di Kota Padang. 2(3).*
- Risanti, D., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness Dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Sari Roti (Studi Pada Konsumen Sari Roti Mahasiswa Universitas Islam Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 8(9), 37–54.* [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- RIZAN, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel. Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia, 3(1), 1–7.*
- Santyo Rusandy, D. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin*

- Trenggalek.** *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–11.
- Shelly, & Sitorus, D. H. (2022). ***Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand Trust***
- Simanjuntak, P., Laura, W., & Diane, I. (2021). ***Analisis Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Tangan Merek Solis Di Pekanbaru. 1(1)***, 319–332.
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: ***Manajemen pemasaran. Jember:*** Pustaka Abadi.
- Tasnim, dkk, 2021. ***Komunikasi Pemasaran.*** Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) ***Pemasaran*** : Penerbit Andi Yogyakarta
- Wardhana, A. (2022). ***Brand Image dan Brand Awareness. January.***
- Wardhana, E. (2019). ***Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio.*** *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(2). <https://doi.org/10.35137/jei.v20i2.312>
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) ***Pemasaran*** : Penerbit Andi Yogyakarta
- Widya, S., Lumajang, G., & Manajemen, P. S. (2019). ***Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang Abstrak. 2(July)***, 549–556.