

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Alwie, A. F., & Kornita, S. E. (2022). **the Effect of Product Quality, Price, and Country of Origin on Brand Preference With Brand Image As a Mediation Variable on Samsung Smartphones Users At Riau University Pekanbaru City.** *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 118–129. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Amalia, L., & Rahmadhany, S. (2023). **Analisis Pengaruh Citra Merek , Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek dan Loyalitas Merek Kosmetik Wardah.** *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 468–479. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.291>
- Antoni & Meyzi Herianto. (2017). **Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Mobil Toyota Etios Valco (Studi Pada PT. Agung Automall Pekanbaru).** *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 4(1), 1–10.
- Ardhi, B. M., & Sastika, W. (2018). **EPIC Model Dan Direct Rating Method : Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Batagaor Hanimun Di Kota Cimahi Tahun 2018.** *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(3), 985–993.
- Arlisa Nurul Imani, Suadi Sapta Putra, K. D. (2023). **the Effect of Product Quality, Brand Image and Brand Trust on Purchase Decision of Wardah Cosmetics in Jakarta National University.** *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 2537–2548.
- Arya Pering, I. M. A. (2020). **Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0.** *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.177>
- Ayuniah, P. (2017). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.** *Jurnal IEkonomi Bisnis*, 22(3), 208–219.
- Azizah. (2023). **Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Merek Dan Pengaruh Merek.** 31–41.
- Basri, A. I., & Yuliana, I. D. (2022). **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Pada Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.** *Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 43–56. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.506>
- Cahya Kamila, N., & Khasanah, I. (2022). **Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Central Proteina Prima Cabang Tegal).** *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–12.
- Charles, C., & Lego, Y. (2022). **Pengaruh Pengalaman Merek, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Merek H&M.** *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 759–766. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19770>

- Dewi, M. P. (2020). **Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang.** *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 16(2), 167–190. <https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.9242>
- Dipura, B. A. (2018). **Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek.** *Manajemen Bisnis*, 6(2), 145–157. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee.** *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Edyansyah, T. (2018). **Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe.** *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(2), 55–72.
- Efendi, N., & Hapsari Lubis, T. W. (2022). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ritel.** *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(1), 21–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v12i1.863>
- Fadhil, M. N., & Prastyono, H. P. (2022). **Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada New Holland Donuts Tuban.** *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 557–562. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/4171>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). **Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”.** *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fitria, E. (2018). **Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kuallitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.** *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.
- Fitria Nugraheni, R., Sampurno, & Haryani Hatta, I. (2020). **Analisa Citra Merek, Kualitas Produk, Perluasan Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.** *Jurnal Riset Bisnis*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i1.1499>
- Fitriani, V., & Sharif, O. O. (2018). **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Konsumen Pada Produk Kosmetik.** *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 90–95.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the world's research)*, 1–8.
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2020). **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.** *Jurnal Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 09–24. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i1.45>
- Harga, P. P., & Penjualan, P. (2023). **Pengaruh persepsi harga, promosi penjualan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan es kristal pluto mineral di kota palopo.** *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 1702–1715.

- Heryana, A. (2020). **Hipotesis Penelitian**. *Eureka Pendidikan*, June, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Ifana, V. M., & Suryani, T. (2019). **Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas layanan pada loyalitas merek pakaian ZARA**. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1302>
- Indriany, Y., Hastuti, S., & Indrisetno P.V, D. (2022). **Analisis Citra Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap DAN Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food)**. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 205. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.539>
- Kennedi, E. S., & Lady. (2023). **Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Pengguna Brand Lokal**. *Journal Systems*, 17(1978), 2225–2240.
- Khalis, V. M., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). **Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek** **Analysis Product Quality and Brand Trust in Brand Loyalty**. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2).
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). **Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek**. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kumbara, V. B. (2021). **Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Desain Produk**. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kumesan, B. Y., Wenas, R. S., & Poluan, J. G. (2021). **Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen Di Restoran Cepat Saji Richeese Factory Bahu Mall Manado**. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 1187–1197. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37304>
- Listyawati, I. H. (2018). **Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Handphone Xiaomi Di Yogyakarta**. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 9(1), 37–45.
- Maulida Silvia Arianti, E. R. dan R. R. Y. P. (2020). **Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Quality Control (SQC) Pada Usaha Amplang Karya Bahari Di Samarinda**. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 9(2).
- Meutia, R. (2018). **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Perpindahan Merek (Studi Kasus pada Produk Oriflame di Kota Langsa)**. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 770–777. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.134>
- Muhson, A. (2022). **Analisis Statistik Dengan SmartPLS**. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–34.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). **Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu**. *Jesya (Jurnal*

- Ekonomi & Ekonomi Syariah*), 5(1), 743–755.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). **Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo)**. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
<https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Oky Adi Setiawan & Ms. Eric Santoso. (2020). **Bekerjanya Efek Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Desain Produk Pada Sikap Dan Niat Beli Konsumen**. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 1–19.
- Pamungkas, R. D. (2019). **Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya**. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37–53.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty**. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pongajouw, C., Tumbel, A. L., & Arie, F. V. (2022). **Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Relasional (Studi Kasus Bengkel Bro Auto Care)**. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 932–941.
- Prameswari, A. A., & Santosa, B. S. (2021). **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening**. *Journal of Management*, 10(2), 1–15.
<https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/16687/08.naskah publikasi.pdf?sequence=10&isAllowed=y>
- Pramudita, R., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). **Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Satisfaction Terhadap Brand**. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 238–248.
- Prastiyani, M., & Suhartono, S. (2020). **Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta**. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(1), 58–74. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.188>
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original**. *Journal of Management*, 7(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Primandaru, N., Kristiani, N., & Parello, P. (2023). **Faktor-faktor yang mempengaruhi brand loyalty pada sepatu lokal Indonesia**. *Journal of Business and Banking*, 12(2), 203–215.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v12i2.3495>
- Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar. (2019). **STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis**.

- Rahmadhani, S., Ayu Nofirda, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2022). **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Merek Apple)**. *Jurnal Manajemen*, 17(2), 205–222.
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). **Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo**. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>
- Rio Putra. (2021). **Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)**. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Ryananda, M. H., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). **Analisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening**. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 461–469. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11099>
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). **Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua**. *Journal of Strategic Management*, 1(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.839>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). **Partial Least Squares Structural Equation Modeling**. *Handbook of Market Research*, November, 587–632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Selvi Rahmawati, Asep M. Ramdan, K. K. (2019). **Determinasi Emosional Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Skin Care Clinic**. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 224(11), 122–130.
- Setiawan, S. (2023). **Tutorial Analisis Partial Least Square**. *Yayasan Bakti Mulia*, 1–112.
- Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019). **Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus : Merek Nokia**. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10, 841–850.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). **Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek**. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 32(1), 25–41. <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/3194>
- Syahfitri, N. N., & Priansa, D. J. (2023). **Musik Application in 2023 Pengaruh Telemarketing Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Langit Musik Indihome Bandung Tahun 2023**. *Jurnal Ekonomi*, 4(6), 6964–6969.
- Triaji, B. (2022). **Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity Terhadap Brand Trust Produk Amdk Merek Aqua (Studi Pada Pelanggan Di Kabupaten Lombok Timur)**. *Master of Management Journal*, 11(2), 105–119. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i2.698>
- Utomo, I. W. (2017). **Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)**. *Jurnal Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Variano, V. (2017). **Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Konsumen Kereta Api**. *Jurnal Bisnis dan*

Ekonomi, 5(3), 1–7.

- Welsa Henny, Ignatius Soni Kurniawan, dan R. N. (2021). **Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image onsumen Rocket Chicken.** *Journal Competency of Business*, Vol. 5 No.(1), 10–27.
- Wijaya, I. P. S. A., & Nurcaya, I. N. (2017). **Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Merek McDonalds di Kota Denpasar.** *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1534–1563.
- Wijonarko, G. (2019). **Pengaruh Brand Trust, Product Quality, Quality Terhadap Customer Satisfaction Serta Berdampak Pada Customer Loyalty Pada Pengguna Mobil Honda Mobilio Di Kota** *Jurnal Eksekutif*, 16(1). <http://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/228>
- Zebuah, A. J. (2018). **Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota.** *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>