

DAFTAR PUSTAKA

- A, Dameis Surya., and Candra Abdillah. 2019. "**Modul Metode Penelitian Lapangan.**" *FKIP Universitas Pamulang*, 1–219.
- Achmad, Gusti Noorlitaria, Syarifah Hudayah, Saida Zainurossalamia ZA, and Shibghati Mutia Hasanah. 2020. "**The Influence of Brand Image, Brand Personality and Brand Experience on Brand Love and Their Impact on Brand Loyalty of Cellular Card Users.**" *AFEBI Economic and Finance Review* 5 (1): 65. <https://doi.org/10.47312/aefr.v5i01.457>.
- Adisti, Naomi. 2022 " **Mengulik Perkembangan Smartphone di Indoneisa** " <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Agatha, Cintya, and Widiartanto. 2020. "**Pengaruh Brand Image Dan Brand Love Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pemilik Membership Card Oryza Gym Semarang)** Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9 (2).
- Andri, Alfani Juli. 2021. "**Uji Asumsi Klasik: Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik.**" *Fe Unisma*, no. November: 1–11. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29389.87523>.
- Afifah, B. M. B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Brand Love Pada Produk Retail Bangunan Modern. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 52–60. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v1i2.13>
- Budiastuti, Dyah, and Agustinus Bandur. 2018. *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Binus. www.mitrawacanamedia.com.
- Budihardja, Louis, and M.M. Ir. Dergibson Siagian. 2020. "**Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Yamaha Motor Jakarta.**" *Jurnal Manajemen* 10: 19–30.
- Chauhan, Karn. 2022 "**Apple Captures 7 Spots in 2021 List for Global Top 10 Smartphones**" <https://www.counterpointresearch.com/global-top-10-smartphones-2021/>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2018). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol.65, No.2, Hal.81.
- Coaker, Willie. (2021). Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image. New York: Independently published
- Indrawati, L., Hermanto, B., dan Panjaitan, T.W.

- (2021). *Implementation of Experiential Marketing in Tourism Development in East Java*. Darma Cendika Catholic University, Indonesia.
- Dihni, Vika. 2022 " *Pangsa Pasar 10 Smartphone Terlaris di Dunia*" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/10-smartphone-terlaris-tahun-2021-iphone-mendominasi>
- Dr. Deni Darmawan. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. www.rosda.co.id.
- Dr. H. Sugiyanto, S, E, and SMI Dr. H. Ugeng Budi Haryoko. 2020. *Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern*.
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, MA. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. Journal of Chemical Information and Modeling. Vol. 53*.
- Dwianto, Wahyu. 2021. "Merek Yang Dimediasi Oleh Cinta Merek (Studi Pada Pengguna Sepatu Nike Di Universitas Muhammadiyah Surakarta)."
- Dwiputranto, M., A. Alwie, and M. Marhadi. 2017. "*Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Brand Love Dan Brand Loyalty Pada Pengguna Mobil Honda Jazz Di Kota Pekanbaru*." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 4 (1): 297–310.
- Efendi, M.Ivan, and Siti Ning Farida. 2021. "*Pengaruh Brand Love Terhadap Brand Loyalty dan Willingness To Pay Premium Price (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Kota Surabaya)*." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* 4 (1): 384–92.
- Fardhillah, Indra Gusti. 2018. "*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Willingness To Pay Melalui Brand Love Pada Konsumen Smartphone Iphone Di Kota Jember*." *Digital Repository Universitas Jember*, no. September 2019: 2019–22.
- Febryan, Kevin, and Laura Lahindah. 2020. "*Pengaruh Brand Ambassador Dan E-Wom Terhadap Brand Love Tokopedia*." *Journal of Accounting and Business Studies* 5 (2): 54.
- Finaka, Andrean 2018 "*66,3% masyarakat Indonesia Memiliki Smartphone*" <https://indonesiabaik.id/infografis/663-masyarakat-indonesia-memiliki-smartphone-8>
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. "*Pemasaran Produk Dan Merek*" no.August: 336.
- Fitrianto, Eko Mohammad, Welly Nailis, and Suhartini Karim. 2021. "*Ketika Cinta Hadir: Pengaruh Brand Love Terhadap EWOM Dan Loyalitas Merek*." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 19 (2): 117–28. .

- Giantari, IGAK, IPHB Utama, and NLDA Wardani. 2020. “*Peran Brand Love Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Word of Mouth.*” *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen* 10(1): 54–61
- Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, dkk. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*. Repository.Uinsu.Ac.Id.
- Kadarusman, Evi Maria, and Dwi Danesty Deccasari. 2019. “*Cinta Merek Sebagai Mediasi Antara Kepercayaan Merek, Gairah Merek Dan Niat Beli Kembali.*” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 20 (2): 92–105.
- Kotler, P. dan Keller, K.L.,(2017), “*Manajemen Pemasaran*”, Cet 2, Edisi 12, Jilid 1, Alih bahasa: Benyamin Molan. Penerbit PT INDEKS.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat. Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*.
- Kustini. (2011). “*Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect On Loyalty On Honda Motorcycle Product*”. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, 14, 19 – 28.
- Lisa Kusuma dan Dr. Wilma Laura Sahetapy, S.S., M.Hum. 2019. “*Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Love Melalui Kepuasan Konsumen Pada Koi Thé Di Surabaya*”.
- Lumba, Maria Gracella. 2019. “*Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya.*” *Agora* 7 (1): 287271.
- Margaretha, Rahelia, and Rodhiah Rodhiah. 2021. “*Brand Experience, Brand Image, and Brand Trust to Nike’s Loyalty Brand in Jakarta.*” *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, no. 2018: 14003–10.
- Nilowardono, Sengguh. 2019. “*Pengaruh Product Innovation Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Love Pada Konsumen Smartphone Android*” 06 (01): 1–11.
- Nursalamah, Desi. 2021. “*Pengaruh Brand Personality, Brand Experience Terhadap Brand Love Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy,*”1–12. <http://eprints.universitaspuptrabangsa.ac.id/id/eprint/253/>
- Purwanto, Edy, and M. Munir Syam AR. 2022. “*Pengaruh Satisfaction, Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Word of Mouth.*” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 5 (1): 17–32.

- Pusparisa, Yosepha. 2021. "**10 Negara Dengan Pengguna Smartphone terbanyak**" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Riawan, Rivan, and Ari Setiyaningrum. 2018. "**Studi Mengenai Pengaruh Self Expressive, Hedonic Product, Brand Trust, Dan Brand Engagement Terhadap Brand Love Pada Produk Smartphone Samsung.**" *Jurnal Ilmiah Manajemen* 4 (2): 147–62.
- Sari, Heni Lutfia, Rois Arifin, and M Hufron. 2018. "**Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo.**" *Jurnal Riset Manajemen* 53: 12–22.
- Stefany, Stefany, Metta Padmalia, and Junko Alessandro Effendy. 2021. "**The Effect of Brand Experience on Brand Loyalty With Brand Love As a Mediation Variables on Iphone Users in Surabaya.**" *Jurnal Manajemen* 16 (1): 115.
- Statista. 2022 "**Smartphone Penetration rate in indonesia from 2017 to 2020 With Forecasts Until 2026**" <https://www.statista.com/statistics/321485/smartphone-user-penetration-in-indonesia/>
- Sugiyono. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.**
- Sugiyono. (2018). **Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.**
- Thomas Wilson Putra¹, Keni². 2018. "**Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi**" 2 (2): 5671747.
- Tirza Nesya Theodores. 2017. "**Analisis Pembentukan Brand Love Pada Konsumen Online Art Merchandise (Studi Kasus Pada Konsumen Online Art Merchandise Lokal Merek Jellipeach).**" *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–13.
- Top Brand Index. 2022 "**Top Brand Index**" https://www.topbrandaward.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&type=brand&tbi_find=samsung
- Yazid bustomi, Harini Abrilia Setyawati. 2017. "**Analisis Pengaruh Brand Image, Product Quality Terhadap Brand Love Dan Brand Loyalty (Studi Pada Produk Sepatu Merek Bata Di Kebumen).**" *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 4 (1): 1–7.
- Yohanna, Yohanna, and Tommy Setiawan Ruslim. 2021. "**Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk**

Gucci.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3 (2): 569.

Zd, Murtaza, and Bambang. 2022. “**Pengaruh Brand Awareness, Brand Love Dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision** Kopi Spesial Arabica UD. Kupi Pantan Raya Kabupaten Aceh Tengah.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 05 (3): 341–55.