

DAFTAR PUSTAKA

- Dimas Ari Pamungkasa & Asmai Ishak (2023) *Pengaruh Brand Experience, Brand Satisfaction, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Yogyakarta*. Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen
- Kelvin Leonardo Yobeanto (2023) Pengaruh Brand Experience Melalui Customer Satisfaction Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Merek Smartphone Samsung. Jurnal Bisnis & Manajemen Petra
- Stefany, Padmalia, Effendy (2020). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Love Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna iPhone Di Surabaya. Jurnal Bisnis & Manajemen
- Sekar Widari, Umi Farida, Fery Setiawan (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Brand Identity, Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Oppo Di Ponorogo. Jurnal Aktual. Vol. 20, No. 2, 2022
- Nico Michael Bryan, Keni Keni, Edi Surya Negara dan Purnama Dharmawan (2023) "Pengaruh Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, Dan E-WOM Terhadap Brand Loyalty Dompot Digital.. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis. Vol. 7, No. 1, April 2023
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anjani, R. F., & Siregar, S. (2021). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk multivitamin enervon-c pada masa pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(3), 396–412.
- Basu Swasta, D.H dan T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Dedek Kurniawan Gultom1, Lidya Pratiwi Hasibuan, 2021, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Indonesia
- Dinno Baskoro, L. K. A. (2023, September 9). Orang Indonesia Makin Peduli Merawat nDiri. *Kompas.Com*.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2023/09/09/153453820/orang-indonesia-makin-peduli-merawat-diri#>
- DataBoks (2023) . *Penjualan HP GenAi terlaris pada tahun 2024*
- Bhaskara, L. A. (2017, February 13). Samsung, berawal dari sayuran menjadi raja smartphone. Tirto. Retrieved from <https://tirto.id/samsung-berawal-dari-sayuran-menjadi-raja-smartphone-dunia-ciML>

- Ang, C. E. & Keni, K. (2021). Prediksi Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty: Brand Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42-51. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11286>
- Barokah, L. N. & Riptiono, D. S. (2021). Analisis Pengaruh Brand Trust, Brand Satisfaction dan Brand Affect terhadap Brand Loyalty (Studi pada Konsumen Frisian Flag di Kecamatan Kebumen). Skripsi STIE Putra Bangsa Kebumen.
- Bismoaziiz, B., Suhud, U., & Saparuddin, S. (2021). Influence of Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth and Consumer Engagement To Brand Loyalty in Indonesia Grab Company. *International Journal of Business and Social Science Research*, 2(2), 16-26. <https://doi.org/10.47742/ijbssr.v2n2p3>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Hussein, A. S. (2018). Effects of Brand Experience on Brand Loyalty in Indonesian Casual Dining Restaurant: Roles of Customer Satisfaction and Brand of Origin. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 119–132. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.4>
- Shin, S.K.S. et al. (2019) “Brand Trust and Brand Loyalty: A Moderation and Mediation Perspective,” *Current Journal of Applied Science and Technology*, 38(4), hal. 1–17. doi:10.9734/cjast/2019/v38i430376.z
- Fachmi, M., Modding, B., Kamase, J., & Damis, H. (2020). The Mediating Role Of Satisfaction : Life Insurance Customers ' Perspective (Service Quality , Trust And Image Toward Loyalty). *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 7, 156–170.
- Mostafa, R. B., & Kasamani, T. (2021). Brand experience and brand loyalty: is it a matter of emotions? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(4). <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2019-0669>
- Khasanah, S. H., Ariani, N., dan Argo, J. G. 2021. Analisis citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2, 2021:394-411.