

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2015). *Aaker On Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola Dan Mengembangkan Brand (edisi 1)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ahmed, Z. (2014). Effect of Brand trust and Customer Satisfaction on Brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*.
- Andrian, L. W., & Suryadi, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu Di Kota Malang*. I(1).
- Anisa, M. (2016). *Pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek jasa kurir*.
- Arista, E., & Astuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 13(1), 36604.
<http://journal.widyamanggala.ac.id/index.php/jurnalaset/article/view/71/45>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Dipura, B. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 633–646.
<https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Erwin, Y. (2012). *Merek Sabun Cair Biore (Di Carefour Rungkut Surabaya)*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, E. (2009). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Ferrinadewi, E. (2010). *Merek & Psikologi Konsumen*. CV. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (cet. VII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=218217&pRegionCode=UN11MAR&pClientId=112>

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Giddens, A. (2002). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (D. kartini Jaya (ed.); Edisi revi). Erlangga.
- Ginting, D. B., & Setiawan, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Citra Merek, Kepercayaan, dan Atribut Produk terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Snapchat di Kota Bandung. *Media Informatika*, 17(2), 48–65.
<https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i2.10>
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Khodadad Hosseini, S. H., & Behboudi, L. (2017). Brand trust and image: effects on customer satisfaction. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 30(7), 580–590. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-04-2016-0054>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). *pengaruh cita merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) erhadap loyalitas merek (brand loyalty) pada produk air minum dalam kemasan merek aqua (studi pada konsumen AMDK merek aqua di kota Gorontalo)*. 4(1), 1–12.
- Prawira, B., & Yasa, N. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12), 253856.
- Rifai, H. A., & Yulianto, E. (2016). *DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Pengguna Produk Induk Merek Lifebuoy pada Mahasiswa SI dan D3 Universitas Brawijaya)*. 35(1).
- Santosa, I. A. G. (2014). *ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS LAYANAN TOKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Buku Toga Mas Bangkong Semarang)*.
- Schiffman dan Kanuk. (2015). *Consumer Behavior* (11th Editi). Global Edition Pearson.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Afabeta,CV.
- Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi. *Jurnal*

Manajerial Dan Kewirausahaan, III(1), 236–244.

Trista, N. L., Ep, A., & Saryadi. (2011). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP KEPUTUSAN TOYOTA AVANZA DI KOTA SEMARANG* Pendahuluan. 1–8.

Yuli, W., Bodro, T., Kumadji, S., Latief, W. A., Ilmu, F., Brawijaya, A., Perusahaan, K., Ilmu, J., Bisnis, A., Ilmu, F., Universitas, A., Tahun, B., Konsumen-merek, K., Perusahaan, K., & Konsumen-merek, K. (2010). *Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek*.

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>