

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David, (1991), *Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York: Free Press.

Abidin, Zainal (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND TRUST ON LOYALTY OF CUSTOMERS JSMBI. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 8 No. 2 Desember Hal. 228-243*.

Alfian, Susanti, Refni (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE OPPO DI RISEL CELL KECAMATAN SANGIR KABUPATEN SOLOK SELATAN. *Jurnal Economina 2 (2)*.

Armanto, Rully, Gunarto, Muji Islamiah, Bella (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia E-ISSN: 2745-7257 Vol. 3, No. 2*.

Budiwati, Hesti Lukman, Ervin Hartono (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Helm Merek Ink (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen Volume 2 Number 1*.

Carolin, Febryani Angelina Dan Suhardi (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY SEMEN HOLCIM PADA PT.KINCO PRIMA KOTA BATAM. *Jurnal Benefita 4(1) 39-50*

Chaudhuri, Arjun and Holbrook, Morris B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty.

Daulay, Zulia Rifda Nasib, Syaifullah (2021). Memaksimumkan Brand Loyalty , Brand Trust Dan Brand Image Melalui Satisfaction. *Jurnal Ekonomi Bisnis Ekuivalensi*

Farida, Siti Ning Noviar, Asyam Raeshard (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Suara Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Sains, 7(2), 229-1235*

Komalasari, Diah, Dan Khatimah Husnul (2022). Pengaruh Brand Image & Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2016) "Marketing Management" Twelfth Edition, Pearson Kotler, Philip. '2001.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2007). Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Marketing). Jakarta: Prenhallindo.

Khasanah, Aulia Uswatun E-Loyalty (2022). Pengaruh Brand Image dan Online Trust. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (J-mabis)*

Lau, Geok Theng & Lee, Sook Han. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*

Lee, J. L., James, J. D., & Kim, Y. K. (2014). A Reconceptualization of Brand Image. *International Journal of Business Administration*

Mahiri, Eli Achmad (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*

Ngabiso, Febriyanto, Radji, Djoko L., Kango, Umin (2021). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY) PADAPRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (STUDI PADA KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DI KOTA GORONTALO)

Pandiangan, Kasman, Masiyono, Atmogo, Dwi, Yugi (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. E-ISSN 2686-4924 P-ISSN 2686-5246

Rangkuti, Freddy (2004). The Power of Brand. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti , Freddy (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication. Jakarta

Radji, Djoko Lesmana (2009). Hubungan Citra Merek, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*

Rifai, Dody, Sihite, Deny Boy, Pratiwi, Dan Noviana (2018). ANALISIS JALUR TERHADAP FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INDEKS PRESTASI KUMULATIF (IPK) MAHASISWA. *Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi*

Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Jakarta Selatan: Salemba Empat

Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk (2016), *Perilaku Konsumen Edisi K9*, Prentice Hall, New Jersey.

Setiadi, Nugroho, SE., MM. (2008), ”*Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”, Jakarta: Kencana. Sugiyono.

Shimp, A. Terence (2009), *Periklanan dan Promosi*, Jakarta: Erlangga.

Tjahyadi, Rully Arlan (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*