

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur, & Supriyono. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 380–394. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.700>
- Achmad, N. (2019). *Modul Praktikum Komputer Statistik* (A. A. Setyawan, Mardalis, N. Achmad, R. Kuswari, & Sholahudin (eds.); 2nd ed.). Laboratorium Manajemen FEB UMS.
- Afriani, R., Indradewa, R., Yanuar, T., & Syah, R. (2019). Brand Communications Effect, Brand Images, and Brand Trust Over Loyalty Brand Building at PT Sanko Material Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 3(3), 44–50. <https://www.kemalapublisher.com/index.php/JoMA/article/view/386>
- Alhaddad, A. A. (2015). Perceived Quality, Brand Image, and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Journal of Research in Business and Management*, 3(4), 1–8.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Asy'ari, A. H., & Jayen, F. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Handphone Merek Samsung di Kalimantan Selatan. *Jurnal Pundi*, 3(3), 235. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.198>
- Ballester, I. E. D., & Aleman, M. J. L. (2001). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11), 1238–1258.
- Bin Ahsan, O. (2018). Dimensions of Brand Communication, Brand Image and Brand Trust As Antecedents of Brand Loyalty. *Journal of Marketing and Logistics, December 2018*, 31–49.
- Caroline, O., & Karina, R. (2018). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty melalui Brand Satisfaction pada Merek Imaparts. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Chalil, R. D., Sari, J. D. ., Bus, M., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020a). *Brand, Islamic Branding dan Rebranding*. PT Raja Grafindo.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Bus, M., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020b). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. PT. Raja Grafindo.
- Chinomona, R. (2016). Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as Antecedents of Brand Loyalty. *Africa Journal of Economy and Management Studies*, 7(1), 129–139.
- Cretu, A. E., & Brodie, R. J. (2007). The Influence of Brand Image and Company

- Reputation Where Manufacturers Market to Small Firms: A Customer Value Perspective. *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230–240.
- Darajarti, M., Lubis, A. R., & Utami, S. (2020). Determinant of Brand Loyalty With Commitment As a Mediation: Study in Wardah Cosmetics in Banda Aceh. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 03(01), 169–179. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2020.3148>
- Delgado, E., Munuera Aleman, J., & Yague, M. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Marketing Research*, 45(1), 35–54.
- Denaswara, D., & Waskito, J. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Dwyer, F. R., Schurr, P. H., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 51, 11–27.
- Fadlilah, S., & Wiyadi. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Onlineshop Ilookshoes)*.
- Febriyanto, N., 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.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Update PLS Regresi (VII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunadi, F. A., Adiwijaya, M., & Subagio, H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty dengan Brand Image dan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business and Management Review*, 3(2), 84–105.
- Hidayanti, I., Nuryakin, & Farida, N. (2018). A Study on Brand Commitment and Brand Trust Towards Brand Loyalty of Branded Laptop in Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3), 270–278. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is03/art-25>
- Hidayati, K. N., & Irmawati. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua (Studi Pada*

*Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).*

- Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX di Semarang Selatan. *Serat Acitya - Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 130. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/714>
- Karisma, & Fatmasari, D. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Pengguna Produk Smartphone Merek Evercross di Kota Semarang*. 7(13), 138–164.
- 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.
- Kotler, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Er.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty melalui Mediasi Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 228–239.
- Low, G. S., & Lamb, C. W. J. (2000). The Measurement and Dimensionality of Brand Associations. *The Journal of Product and Brand Management*, 9(6), 350–368.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2003). A Customer Loyalty Model for E-Service Context. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(4), 156–167.
- Marliawati, A., & Cahyaningdyah, D. (2020). Impacts the Brand of Experience and Brand Image on Brand Loyalty: Mediators Brand of Trust. *Management Analysis Journal*, 9(2), 140–151. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i2.36945>
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships Between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314.
- Mudhofar, F. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen pada Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Produk Multivitamin). *Jurnal Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati. (2017). Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty (Studi pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 20–35.
- Purba, N. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi) terhadap Keputusan Pembelian Yamaha NMAX di Semarang*. 1–9.
- Putra, I. W. G. G., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Brand Trust Memediasi

- Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4328–4356.
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2017). Kepercayaan Merek dan Brand Affect sebagai Antecedent dari Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi*, 17(1), 9–22.
- Ramadhani, Z. S., & Widodo, T. (2019). ( Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Di Bandung ) *the Effect of Brand Communication , Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty of Lenovo Smartphone ( the Case of Telkom University Student in Bandung )*. 6(3), 5619–5626.
- Reyvi, A., Suharyati, & Heni, N. (2021). Pengaruh Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas pada E-Commerce Shopee. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 1709–1725.
- Rido, E., & Wibowo, S. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta*. 7(2), 158–169.
- Sakinah, N. I., & Suhardi, D. (2018). Citra Merek, Kepercayaan Merek dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1), 13–31.
- Salinas, E. M., & Perez, J. M. P. (2009). Modeling The Brand Extension' Influence on Brand Image. *Journal of Business Research*, 62(1), 50–60.
- Sari, L. R. (2021). *Promosi dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Penjualan Pengusaha Kripik Gadung Desa Made Jombang*. 8(1), 49–58.
- Sayekti, W., Syah, T. Y. R., & Negoro, D. A. (2019). The Effect of Brand Communication, Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty in Proris Products in Tangerang Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(4), 64–76.
- Schiffman, L. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (1st ed.).
- Sulistio, A., Santoso, T., & Wijaya, S. (2021a). Andreas Sulistio Thomas Santoso Serli Wijaya. *Scientific Repository*, 1–21.
- Sulistio, A., Santoso, T., & Wijaya, S. (2021b). *Pengaruh Autentisitas Merek terhadap Komitmen Merek Produk Apple sebagai Variabel Mediasi*. 11(2), 163–184.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Modus*, 32(1), 25–41.

- Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 236. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11317>
- Ubud, S., & Ubud, S. (2016). Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Kecintaan terhadap Loyalitas Merek Pada Restoran Waralaba. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 333–348.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(2), 407–414.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Hasjrat Abadi Ranotana*. 6(4).
- Wijaya, C. C. (2018). *Pengaruh Faktor-Faktor Kepercayaan Merek terhadap Komitmen Merek (Studi Beda: Layanan Jasa GO-FOOD pada Aplikasi Online GO-JEK di Kota Purwokerto)*.
- Zehir, C., Sahin, A., Kitapci, H., & Ozsahin, M. (2011). The Effect of Brand Communication In Brand Loyalty Through Brand Trust. *The Journal of Procedia and Behavioral Sciences*, 24(2011), 1218–1231.
- Zhahir, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Kasus pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 146–154.
- Zohu, Z., Zhang, Q., Su, C., & Zhou, N. (2012). How Do Brand Communities Generate Brand Relationships? Intermediate Mechanisms. *Journal of Business Research*, 65(7), 890–895.
- Abdul Ghofur, & Supriyono. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 380–394. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.700>
- Achmad, N. (2019). *Modul Praktikum Komputer Statistik* (A. A. Setyawan, Mardalis, N. Achmad, R. Kuswari, & Sholahudin (eds.); 2nd ed.). Laboratorium Manajemen FEB UMS.
- Afriani, R., Indradewa, R., Yanuar, T., & Syah, R. (2019). Brand Communications Effect, Brand Images, and Brand Trust Over Loyalty Brand Building at PT Sanko Material Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 3(3), 44–50. <https://www.kemalapublisher.com/index.php/JoMA/article/view/386>
- Alhaddad, A. A. (2015). Perceived Quality, Brand Image, and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Journal of Research in Business and Management*, 3(4), 1–8.

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Asy'ari, A. H., & Jayen, F. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Handphone Merek Samsung di Kalimantan Selatan. *Jurnal Pundi*, 3(3), 235. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.198>
- Ballester, I. E. D., & Aleman, M. J. L. (2001). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11), 1238–1258.
- Bin Ahsan, O. (2018). Dimensions of Brand Communication, Brand Image and Brand Trust As Antecedents of Brand Loyalty. *Journal of Marketing and Logistics, December 2018*, 31–49.
- Caroline, O., & Karina, R. (2018). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty melalui Brand Satisfaction pada Merek Imaparts. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Chalil, R. D., Sari, J. D. ., Bus, M., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020a). *Brand, Islamic Branding dan Rebranding*. PT Raja Grafindo.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Bus, M., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020b). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. PT. Raja Grafindo.
- Chinomona, R. (2016). Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as Antecedents of Brand Loyalty. *Africa Journal of Economy and Management Studies*, 7(1), 129–139.
- Cretu, A. E., & Brodie, R. J. (2007). The Influence of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market to Small Firms: A Customer Value Perspective. *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230–240.
- Darajarti, M., Lubis, A. R., & Utami, S. (2020). Determinant of Brand Loyalty With Commitment As a Mediation: Study in Wardah Cosmetics in Banda Aceh. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 03(01), 169–179. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2020.3148>
- Delgado, E., Munuera Aleman, J., & Yague, M. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Marketing Research*, 45(1), 35–54.
- Denaswara, D., & Waskito, J. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Dwyer, F. R., Schurr, P. H., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 51, 11–27.
- Fadlilah, S., & Wiyadi. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Onlineshop*

*Ilookshoes*).

- Febriyanto, N., 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.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Update PLS Regresi (VII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunadi, F. A., Adiwijaya, M., & Subagio, H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty dengan Brand Image dan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business and Management Review*, 3(2), 84–105.
- Hidayanti, I., Nuryakin, & Farida, N. (2018). A Study on Brand Commitment and Brand Trust Towards Brand Loyalty of Branded Laptop in Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3), 270–278. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is03/art-25>
- Hidayati, K. N., & Irmawati. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX di Semarang Selatan. *Serat Acitya - Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 130. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/714>
- Karisma, & Fatmasari, D. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Pengguna Produk Smartphone Merek Evercross di Kota Semarang*. 7(13), 138–164.
- 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.
- Kotler, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Er.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty melalui Mediasi Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*,

4(2), 228–239.

- Low, G. S., & Lamb, C. W. J. (2000). The Measurement and Dimensionality of Brand Associations. *The Journal of Product and Brand Management*, 9(6), 350–368.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2003). A Customer Loyalty Model for E-Service Context. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(4), 156–167.
- Marliawati, A., & Cahyaningdyah, D. (2020). Impacts the Brand of Experience and Brand Image on Brand Loyalty: Mediators Brand of Trust. *Management Analysis Journal*, 9(2), 140–151. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i2.36945>
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships Between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314.
- Mudhofar, F. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen pada Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Produk Multivitamin). *Jurnal Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati. (2017). Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty (Studi pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 20–35.
- Purba, N. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi) terhadap Keputusan Pembelian Yamaha NMAX di Semarang*. 1–9.
- Putra, I. W. G. G., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4328–4356.
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2017). Kepercayaan Merek dan Brand Affect sebagai Antecedent dari Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi*, 17(1), 9–22.
- Ramadhani, Z. S., & Widodo, T. (2019). ( Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Di Bandung ) the Effect of Brand Communication , Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty of Lenovo Smartphone ( the Case of Telkom University Student in Bandung ). 6(3), 5619–5626.
- Reyvi, A., Suharyati, & Heni, N. (2021). Pengaruh Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas pada E-Commerce Shopee. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 1709–1725.
- Rido, E., & Wibowo, S. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta*. 7(2), 158–169.
- Sakinah, N. I., & Suhardi, D. (2018). Citra Merek, Kepercayaan Merek dalam



- Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1), 13–31.
- Salinas, E. M., & Perez, J. M. P. (2009). Modeling The Brand Extension' Influence on Brand Image. *Journal of Business Research*, 62(1), 50–60.
- Sari, L. R. (2021). *Promosi dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Penjualan Pengusaha Kripik Gadung Desa Made Jombang*. 8(1), 49–58.
- Sayekti, W., Syah, T. Y. R., & Negoro, D. A. (2019). The Effect of Brand Communication, Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty in Proris Products in Tangerang Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(4), 64–76.
- Schiffman, L. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (1st ed.).
- Sulistio, A., Santoso, T., & Wijaya, S. (2021a). Andreas Sulistio Thomas Santoso Serli Wijaya. *Scientific Repository*, 1–21.
- Sulistio, A., Santoso, T., & Wijaya, S. (2021b). *Pengaruh Autentisitas Merek terhadap Komitmen Merek Produk Apple sebagai Variabel Mediasi*. 11(2), 163–184.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Modus*, 32(1), 25–41.
- Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 236. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11317>
- Ubud, S., & Ubud, S. (2016). Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Kecintaan terhadap Loyalitas Merek Pada Restoran Waralaba. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 333–348.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(2), 407–414.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Hasjrat Abadi Ranotana*. 6(4).
- Wijaya, C. C. (2018). *Pengaruh Faktor-Faktor Kepercayaan Merek terhadap Komitmen Merek (Studi Beda: Layanan Jasa GO-FOOD pada Aplikasi Online GO-JEK di Kota Purwokerto)*.

- Zehir, C., Sahin, A., Kitapci, H., & Ozsahin, M. (2011). The Effect of Brand Communication In Brand Loyalty Through Brand Trust. *The Journal of Procedia and Behavioral Sciences*, 24(2011), 1218–1231.
- Zhahir, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Kasus pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 146–154.
- Zohu, Z., Zhang, Q., Su, C., & Zhou, N. (2012). How Do Brand Communities Generate Brand Relationships? Intermediate Mechanisms. *Journal of Business Research*, 65(7), 890–895.