

DAFTAR PUSTAKA

- Alhaddad, A. A. (2014). The Effect Of *Brand Image* And Brand Loyalty On Brand Equity. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(5), 28–32. <https://www.researchgate.net/publication/277299912>
- Anggraeni, S. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel Di Kalangan Mahasiswa. *Journal of Strategic Management*, 5(1), 76–84. <https://journal.uniku.ac.id>
- Asih, Y. (2018). Analisis Promosi, Kesadaran Merek, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda Vario (Studi Pada Konsemen Sepeda Motor Matic Merek Honda Vario Di Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri). *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Avianti, D., & Nurhayati. (2020). Analisis Kualitas Produk, Desain Dan Citra Merek Terhadap Perspektif Keputusan Pembelian Honda Vario. *Value Added/ Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 86–104. <https://doi.org/10.2671/vameb.v16i2.6061>
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion the Influence of Brand Awareness on Brand Trust and Its Impact on Customer Loyalty of Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201. <https://www.topbrand-award.com/en/2017;2018;2019>
- Celik, Z. (2022). The Moderating Role of Influencer Attractiveness in the Effect of Brand Love, Brand Trust, Brand Awareness and Brand Image on Brand Loyalty. *Istanbul Ticaret Universitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 148–167. <https://doi.org/10.46928/iticusbe.1050122>
- Dwiarta, I. M. B., & Ardiansyah, R. W. (2021). The Effect of Price Perception, Quality Perception, and Location on Purchase Decisions. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(2), 222–230. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Fauzi, R., & Sampurna, D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat). *Repository STIE Indonesia*, 1–18. <http://repository.stei.ac.id>
- Ika KW, N., & Pebrianto, R. (2020). Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond'S Men. *Journal of Economic And Business Volume*, 1(3), 55–66. <http://ejurnal.stieyapan.ac.id>
- Imam, & Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Erlangga.
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, & Qomariah, N. (2018). The Effect of Brand

Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Applied Management*, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>

- Jayanti, R. D., & Putri, S. K. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario. *JMD (Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara)*, 2 (2), 113–123. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id>
- Jefuna, N., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Brand Trust dan Brand Awareness terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Investasi Reksadana Bibit.id di Kalangan Generasi Z. *Kiwari*, 1 (1), 119–126. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15593>
- Kurniati, A. D., Farida, N., & Nurseto, S. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas merek melalui Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening pada Ponsel Nokia (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurusan Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Musapat, M., & Armia, S. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lampu Led Hanochs di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 96–110. <http://www.jim.unsyiah.ac.id>
- Ningrum, A. I. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(3), 97–102. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1409664>
- Nurjanah, R., Arinastuti, & Suzana, A. J. (2022). Pengaruh Citra Merek , Komunikasi Merek , Kewajaran Harga Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 19(1), 79–88. <http://mimb-unwiku.com/index.php/mimb>
- Pelupessy, M. M., Tahaparry, G. H., & Fitriani. (2022). Pengaruh Identitas Merek , Persepsi Kualitas Produk dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11317–11324. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/4235/3541>
- Prakoso, M. B. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Pengguna Smartphone Iphone. *Perbarnas*, 1–12. http://eprints.perbanas.ac.id/7278/1/ARTIKEL_ILMIAH.pdf
- Pramularso, E. Y. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 56–63. <https://doi.org/10.48042>
- Raharja, C. L. M., & Aksari, N. M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dalam Membangun Ekuitas Merek. *E-*

Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(12), 7053–7071.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p08>

- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1), 13–31. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.839>
- Setyawati, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).
- Sulistiyono, H., & Koeshartono, D. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 1–13. <http://e-journal.uajy.ac.id>
- Tanady, E. S., & Firdausy, C. M. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Communication Terhadap Brand Loyalty Client Jasa Inspeksi Batu Bara PT Tribhakti Inspektama Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 266–271. <https://journal.untar.ac.id>
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, VIII(1), 76–84. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Yuneri, N. A., & Nurlinda, R. (2020). Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI Di Kota Tangerang. *JCA of Economics*, 1(2), 436–443. [https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/92%](https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/92%25)