

## DAFTAR PUSTAKA

- Adidarma, Wijaya & Rosian Anwar. “Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016).
- Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Idea Pres, 2011), 78.
- Aryadhe, Trisdayana, dkk. “Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian”. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 7 No 3 (2018).
- Aziz, Abdul. “Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Sim Card Telkomsel”, *Jurnal Trend* Vol. 07 no. 01, (2018).
- Brakus, J Josko, dkk. *Journal of Marketing* Vol. 73, America, (2009).
- Brakus, Schmitt, dkk. Brand Experience : What is it? How is it Measured? Does it affect loyalty? *Joernal Marketing* (2014).
- Calista Andriana, Nadya. *Pengaruh Bran Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*, Vol 9 no. 1 (2020).
- Diller, S, dkk. *Making Meaning: How Successful Businesses Deliver Meaningful Customer Experiences*, (California: Berkeley, 2006).
- Dincer & G. Cetin. “An International Journal of Tourism and Hospital Research Influence of Customer Experience on loyalty and word of mouth in hospital operations”, *Journal of Tourism & Hospitality* Vol. 25, (2014).
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019.
- Durianto, dkk. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, (Jakarta: Gramedia, 2001).
- Enos, dkk, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 6 no. 3 (2018).
- Fachrudin, Fuad Muhamad, dkk. “Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow di Distributor Karawang tahun 2021”. *Journal of Management*, Vol 5 no 2 (2022).
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Edisi Keempat, 2014), 184.
- Firmansyah, M Anang. *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Qiara Media, 2019.

- G.S. Halim, Adam. *Analisis Deskriptif Strategi Bersaing Pada Perusahaan Penyedia Kebutuhan Kontruksi*, AGORA Vol. 1 no. 1 (2013).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: UNDIP, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP, 2007.
- Gunawan, Didik, dkk. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Hanifa, Husnul Fanni & Ridwanudin Riki. "Pengaruh Brand Image dan Brant Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia di Bandung". *Jurnal e-Proceeding of Applied Science* : Vol. 5 no. 2 (2019).
- Huda, Nurul. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar". *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 2 no 1 (2020).
- Indrayani & Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016.
- Jogiyanto, Hartono. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Junio A. Adrian, dkk. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, *Jurnal AGORA* Vol. 5, No 3 (2017).
- Keller & Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Keller, Kotler. *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*, (England: Pearson Education, Inc, 2013).
- Keller, Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2013.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu, 2009.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 3. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Larasati, dkk. *Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty*, (2016).

- Masrukin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN KUDUS, 2015.
- Mowen, John C, dkk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 3, (Erlangga, 2009), 59.
- Nurhayati, Siti Nurhayati. Pengaruh Brand Trust, Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal JBMA* Vol. VII, No. 2 (2020).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), 76.
- Rangian. C. Marlina. C. dkk. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare DI Kota Tomohon”. *Jurnal EMBA* Vol 10 No 3 (2022).
- Ridwanudin Riki, dkk. “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia di Bandung”, *Jurnal e-Proceeding of Applied Science* : Vol. 5, no. 2 (2019).
- Samuel, Hatane, dkk. “Brand Experience, Brand Commitment dan Brand Loyalty Pengguna Apple Iphone Di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 12 no. 2 (2018).
- Semuel H, Putra, R. S., “Brand experience, brand commitment, dan brand loyalty pengguna apple iphone di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (2018), 76.
- Senjaya, Vivie, dkk. “Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1 no. 1 (2013).
- Sitorus, Samuel Domade, dkk. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Caroussel)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 73, no. 1 (2019).
- Sopiah & Etta Mamang Sangadji. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sopiah & Etta Mamang Sangaji. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1989..

- Sugara, Anang, dkk. “Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli *Online* (Studi Pada Konsumen “Z”)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 52, no. 1 (2017).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 135.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung.: Alfabeta, 2018.
- Sujarwati, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sunarto. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: UMUS, 2006.
- Surachman. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Banyumedia Publishing, 2008.
- Surjani P, Rina. *Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Era Globalisasi*, Vol 11 no. 1 (2003).
- Susanto, A. B, dkk. *POWER BRANDING Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika, 2004.
- Sutopo & Oktaviani, Lusia. “Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermie (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermie di Kota Semarang),” *Diponegoro of Journal Management*, Vol.3 No.4 (2014).
- Teofilus & Timotius Febry. *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Widiartanto & Deni Andri Saputra. “Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation Terhadap Purchase Intention Melalui Trust Pada Konsumen Tokopedia”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019).
- Widodo, Tri. “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga)”, *Among Makarti* Vol. 9 No.17 (2016).
- Wijayanto, Indra. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen”. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 1 No 3 (2013).