

### DAFTAR PUSTAKA

- (Jariah & Lumajang, 2013) Andjarwati, A. L., & Chusniartiningsih, E. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 189. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.6736>
- Annisa, Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk BNI Syariah Medan. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(1), 15–24.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1065. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Aufa Nadya, N. (2020). Effect of Experiential Marketing on Customer Loyalty: the Role of Customer Satisfaction As a Mediator. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 4(1), 27–33. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v4i1.11909>
- Hisanuddin, I. I. (2015). *PENGARUH CITRA MEREK ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH ( Studi kasus pada Bank Syariah di Kota Bandung )*. II(2), 87–100.
- Jariah, A., & Lumajang, S. W. G. (2013). Analisis Suku Bunga Kredit dan Kualitas Pelayanan serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR di Lumajang. *Jurnal WIGA ISSN: 2088-0944*, 3(2), 1–19.
- Juari, R. (2010). Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Pembentukan Loyalitas Merek APPLE Di YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 1(1), 63–89.
- Kuddus, M. (2019).
- Leksono, A. W., Pamungkas, A. D., Suprpto, H. A., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Omzet Penjualan pada UD Arida Tirta Jaya (FF Tirta) Jakarta Timur. *Focus*, 3(2), 122–128. <https://doi.org/10.37010/fcs.v3i2.849>
- Marvelyn, C. (2020). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Melinda, R. (2021). Pengaruh Brand Equity (Brand Loyalty, Brand Awareness, Perceived Quality dan Brand Association) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli dan .... *Academia.Edu*. [https://www.academia.edu/download/59754315/Pengaruh\\_Brand\\_Equity\\_ter](https://www.academia.edu/download/59754315/Pengaruh_Brand_Equity_ter)

hadap\_keputusan\_belanja\_memilih\_dan\_membeli\_belanja\_online-dikonversi20190616-14545-1u1dkla.pdf

- Nath, A. K. (2022). The Role of Institution Based Trust in IoT Environment: A Theoretical Model. *Southern University College of Business E ...*, 16(1). <https://digitalcommons.subr.edu/cbej/vol16/iss1/3/>
- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal.Amaypk.Ac.Id*, VII(2), 36–46. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/100/114>
- Oktavia, Y., Sudarwanto, T., Awareness, B., & Pelanggan, L. (2023). DAMPAK BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS BAGI LOYALITAS INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN WARDAH DI KOTA. 11(2).
- Pandean, A. V., & Budiono, H. (2021). Brand Image Dan Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Loyalty Mcdonald's Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 156. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11300>
- Ramadhana, R., & Ratumbuysang, M. F. N. G. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace. *Prospek*, 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Saputra, D. P., & Widiyarta, A. (2021). Efektivitas Program SIPRAJA Sebagai Inovasi Pelayanan Publik di Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(2), 194–211. <https://doi.org/10.30996/jpap.v7i2.4497>
- Siringoringo, Y. P., & Murdani, M. J. (2020). Relationship Brand Characteristics, Company Characteristics and Consume R-Brand Characteristics With Brand Loyalty (Case Study of Sarimi Consumers in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*, 4(02), 171–180. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i02.1054>
- Susilowati, E., & Novita Sari, A. (2020). The influence of brand awareness, brand association, and perceived quality toward consumers' purchase intention: a case of richeese factory, Jakarta. *Independent Journal of Management & Production*, 11(1), 039. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i1.981>
- Tuti, M., & Sulistia, V. (2022). The Customer Engagement Effect on Customer Satisfaction and Brand Trust and Its Impact on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.18196/mb.v13i1.12518>