

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Febriyanto, D. L. Radji, and U. Kango, “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),” *J. Ilm. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 1–12, 2021.
- [2] I. R. Khoirudin and E. Giyartiningrum, “Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy,” *J. Competency Bus.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–9, 2021, doi: 10.47200/jcob.v5i1.870.
- [3] N. N. G. G. Darma and P. S. Hartati, “Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar,” *Widya Amrita*, vol. 1, no. 1, pp. 349–361, 2021, doi: 10.32795/widyaamrita.v1i1.1185.
- [4] M. Dr. M. Anang Firmansyah, SE, “Buku Pemasaran Produk dan Merek,” *Buku Pemasar. Prod. dan Merek*, no. August, p. 336, 2019.
- [5] B. Putra Bagaskara and dan Any Agus Kana, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta,” *Any Agus Kana*, vol. 2, no. 1, pp. 35–56, 2021.
- [6] E. Delgado-Ballester and J. Luis Munuera-Alemán, “Brand trust in the context of consumer loyalty,” *Eur. J. Mark.*, vol. 35, no. 11/12, pp. 1238–1258, 2001, doi: 10.1108/eum0000000006475.
- [7] D. Hengki Mangiring Parulian Simarmata., *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. 2021.

- [8] Adrian junio, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Ter,” *AGORA J. Bisnis*, vol. 5, no: 3, pp. 3–4, 2017.
- [9] A. Febtriko and I. Puspitasari, “Anip Febtriko, 2) Ira Puspitasari,” vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2018.
- [10] A. Nurdany, “ANALISIS PENGARUH RASIO KEUANGAN RENTABILITAS TERHADAP PENDAPATAN MARGIN MURABAHAH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada PT. Bank Mega Syariah Periode 2005-2012),” *Khazanah*, vol. 5, no. 2, pp. 13–24, 2013, doi: 10.20885/khazanah.vol5.iss2.art2.
- [11] Hendri and R. Setiawan, “Pengaruh Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Samudra Bahari Utama,” *Agora*, vol. 5, no. 1, pp. 1–8, 2017.
- [12] Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Kotler, P., and G., Amstrong, 2001. *Principles Of Marketing*. Pretice Hall, New Jersey. Kotler, P., and K. L., Keller, 2006. *Marketing Manajemen*. Pearson Education mc. New Jersey.