

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Zaini. (2018). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Refference Group Terhadap Brand Loyalty Aplikasi Pesan Instan Line (Studi pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang). *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Apriliani, R. A. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhdap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal PPKM*.
- Christy, F. E. (2020, Agustus 31). *Data Tempo*. Retrieved from Tempo.co: <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2012). *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Khamadiyah, H. (2019). Pengaruh Promosi, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi 13)*. U.S.A: Pearson Prentice Hall.
- Lameng, A. C. (2019). Analisis Tingkat Brand Loyalty dan Tingkat Brand Awarness Pada Produk Mi Instan Merek Indomie.
- Maria, R. T. (2017). Pengaruh brand image , brand trust dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan.
- Miranda, Regi & Nurdasila . (2020) . Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Transportasi P.O Simpati Star di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Noor, M. F. (2014). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung. *IMAGE ISSN: 2339-2878, Volume III*.
- Nugroho, K. W. (2021, Maret 17). *Kumparan Bisnis*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/meningkatnya-aktivitas-belanja-online-di-paruh-kedua-pandemi-1vNFNNBMOFP/full>
- Pradana, Mahir. 2015. Klasifikasi Jenis – Jenis E-commerce di Indonesia. Universitas Telkom. Bandung. *Jurnal Neo-bis*. Volume 9, No. 2, Des2015

- Pratiwi, Asti. (2018). Gambaran *Brand Communication Brand Trust dan Brand Loyalty* Pelanggan Kosmetik Sariayu Di Indonesia. *Journal of Bussiness Management Education*. Volume 3, Number 3, December 2018, Page 89-99
- Rahmadi & Malik. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-commrce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat. *Jurnal ilmiah*. ISSN 2355-309.
- Riyono. Astono, Ari. D. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE AKA Semarang). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* Volume 10 Nomor 1, Mei 2019. p-ISSN 2086-3748. e-ISSN 2086-3748
- Rizan, M. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro . *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*.
- Santoso. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhir. Suyadi. Riyadi. 2016. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id). *Jurnal Ekonomi. Manajemen Universitas Brawijaya: Malang*
- Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Startup.
- Tjiptono & Anastasia. (2016). *Strategi Pemasaran (Edisi ke 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Top brand. (2021). *Top Brand Index*. Retrieved from www.topbrand.com.
- Yunita & Sumarsono, Hadi. 2019. Pengaruh Persepsi, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*. Universitas Muhammadiyah: Ponorogo. E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496 Vol. 3.
- Zaini, F. A. (2018). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Refference Group Terhadap Brand Loyalty Aplikasi Pesan Instan Line (Studi pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang). *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*.