

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. (2020). Pengaruh *Brand Satisfaction*, *Brand Trust*, Dan *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty Kompas Digital*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*,4(1),60-64.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/download/6801/4488>
- Ardani, A. N., Kurniawati, Paras, F., & Syafitri, M. (2021). Konsekuensi dari *Customer Satisfaction* pada Provider Telekomunikasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*,19(3).
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs/article/download/16603/6713>
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6(1), 38-49.
<https://jurnal.stietribuana.ac.id/index.php/parameter/article/download/160/155>
- Basuki, R. A. (2020). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Dan *Brand Trust* (Studi pada PT. PBM Bandar Krida Jasindo). 4(1).
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/download/5253/1978>
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Fatha, N. (2020). Pengaruh Social Media Instagram Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Raga).
- Gultom, D. K., & Hasibuan, L. P. (2021). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pengguna Handphone. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 1.
<http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/download/318/330>
- Gunawan, A. (2019). Pengaruh *Perceived Quality* , *Perceived Value* Dan *Brand Personality* Terhadap *Brand Loyalty* Dari Produk Fashion Cotton- On Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/view/8552/7726>

- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Sri Nugroho, D. W. P. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu), 19(1),76-82.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/download/3001/1888>
- Irawati, C. (2021). Pengaruh *Brand Experience* Dan *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Pelanggan Boncabe Di Jakarta: *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi. JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN, 5(1), 16-21.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/download/10230/6837>
- Japariato, E., & Agatha, F. (2020). Pengaruh *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Shopee Di Surabaya. 7(1).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/view/10027/8978>
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi *Customer Experience* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty: Customer Satisfaction*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 5(1), 191-204.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/download/11196/8120>
- Kristy, F., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pemanfaatan *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* pada Brookland Coffee. Jurnal Prologia, 5(2), 324-348.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/10209/7944>
- Khofifah, T., Basalamah, M. R., & Hardaningtyas, R. T. (2022). Pengaruh *Brand Satisfaction*, *Brand Trust*, Dan *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Wardah Cosmetic (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang). 11(7).
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/15445/11633>
- Mucholil. (2021). Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital. Prapanca Jurnal Abdimas, 1(1).
<https://www.spektrum.stikosaaws.ac.id/index.php/prapanca/article/view/135/60>
- Nasib, Syaifullah, & Daulay, Z. R. (2021). Memaksimumkan *Brand Loyalty*, *Brand Trust* Dan *Brand Image* Melalui *Satisfaction*. Ekuivalensi, 7(1).
<https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/476/355>

- Nugroho, M. A., & Hidayati, L. L. A. (2020). Pengaruh *Brand Association* , *Brand Awareness* , *Brand Image* , *Brand Trust* dan *Consumer Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty* Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang. *Jurnal Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*.
<http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4684/2131>
- Nurhayati, S. (2020). *Pengaruh Brand Trust, Brand Experience* Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. 6(2).
<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/100/114>
- Nurlatifah, & Rachmawati, I. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Iphone Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(1), 147-162.
<http://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/196/147>
- Pandean, A. V., & Budoono, 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), 156-164.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/11300/7052>
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4).
<https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/459/312>
- Pangestika, T. K., & Khasanah, I. (2021). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Experience*, *Brand Trust*, Dan *Brand Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty Financial Technology: E-Wallet* (Studi Pada Pengguna DANA di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(2).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/32409/26106>
- Pohan, Parubahan, and Elida Florentina Sinaga Simanjorang. "ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)." Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv. Showroom Yulia Motor, vol. 4, no. 2, 2017,
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/rt/printerFriendly/86/0>

- Putra, D. D. (2021). Hubungan Antara *Brand Trust* Dengan *Brand Loyalty* Pada Pengguna Smartphone Samsung. 7(2). D OI : 10.22236/utilitas.v7i2.8425
- Prawira, D. N., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Satisfaction*, Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-JurnalManajemen*, 10(12), 1305-1324.
<https://media.neliti.com/media/publications/399347-pengaruh-brand-image-brand-satisfaction-1a765af2.pdf>
- Prawira, G. Y. (2021). Pengaruh Brand Loyalty dan Karakteristik Muzakki terhadap Keputusan Berzakat melalui Shopee. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 69-80. <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/eljizya>
- Priyatno, Duwi. (2017) *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta, Mediakom.
- Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah Pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3).
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/download/2834/2193>
- Rahmawati, Ma'ruf, & M.Bus. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Minute Maid Pulpy Orange Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2).
<http://ejurnal.pnl.ac.id/ekonis/article/download/1984/1722>
- Rahmat, & Marso. (2020). Hubungan Brand Experience, Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty Dalam Pespektif Four- Stage Loyalty Model (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Smartphone Di Tarakan). *Jurnal Manajemenpemasaran*, 14(1), 17-24.
<https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/22467/20024>
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). Pengaruh E - WOM , Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2).
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/6160/pdf>
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya. *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran, 13(1).
<https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/21586/19616>
- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction Dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 171-184.
<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2016. *METODE PENELITIAN MANAJEMEN*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- 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).
<https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/download/12518/7135>
- Umar, N., & Mukhdasir. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kebijakan Harga Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sains Riset (JSR)*, 12(1). <http://journal.unigha.ac.id/index.php/JSR>
- 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*, 6(1).
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/download/2327/1607>
- Yoana, M. (2018, september). Pengaruh Brand Experience, Brand Trust, Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Cimory, 2(5).
<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/download/4879/2896>
- Yobento, K. L. (2020). “Pengaruh Brand Experience Melalui Customer Satisfaction Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Merek Smartphone Samsung.”, 8(2), 6.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/download/10612/9434>

Yohanna, & Ruslim, T.S. (2021). Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust terhadap Purchase Intention produk GUCCI. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*,3(2), 569 – 579.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/11903/7523>

Yulianto, Nur Achmad Budi, Mohammad Maskan dan Alifiulahtin Utaminingsih. 2018. *Metode Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.

Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1).
<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/download/546/516/>

Website :

www.asean-autofed.com

www.bps.go.id

www.databoks.katadata.co.id

www.gaikindo.or.id

www.oto.com

www.otomotif.kompas.com

www.topbrand-award.com

www.toyota.astra.co.id