

REFERENSI

- Aprilha, D. (2020). *TERHADAP BRAND LOYALTY DIMEDIASI OLEH BRAND TRUST PADA PENGGUNA JASA KURIR (Studi pada J & T di Rawamangun Jakarta Timur) SKRIPSI PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN*. STIE Indonesia.
- Bryan, N. M., Keni, K., Negara, E. S., & Dharmawan, P. (2023). Pengaruh Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, Dan E-Wom Terhadap Brand loyalty Dompot Digital. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 17–29. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22067>
- Fernanda, J. W., luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 15(2), 292–297. <https://doi.org/10.36456/jstat.vo15.no2.a6436>
- Fithrotudiniyah, Andriani, S., & Reno Kemala Sari, P. (2019). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Personality Terhadap Customer loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 29–35. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.518>
- Florack, A., Egger, M., & Hübner, R. (2020). When products compete for consumers attention: How selective attention affects preferences. *Journal of Business Research*, 111(May 2019), 117–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.009>
- Gantasari, P. A., & Yuliati, A. 1. (2019). *the Effects of Threat Emotion and Brand Trust on Purchase Decisions on Apple Iphone Products*. www.mix.co.id
- Ghozali. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozli. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 26. (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustian, F. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada Restoran Cepat Saji KFC Di Kota Palembang). *K&K_JURNAL MANAJEMEN*, 1(2), 159–174.
- Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli ulang. *Forum Ekonomi*, 24(1), 170–176. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10586>
- Karunia. (2023). Brand awareness dan brand experience terhadap brand satisfaction, brand trust dan brand loyalty. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23(3), 606–624. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/13>

- Khatimah, H. K., & Komalasari, D. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(1), 16–33.
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optima1/article/view/4451>
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optima1/article/download/4451/2485>
- Makatita, M., Amin, M., & Surijadi, H. (2022). The Impact of Brand Reputation, Brand Equity and Brand Competence on Brand Loyalty. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 3(1), 27–41.
<https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v3.i1.p27-41>
- Mariska, A., Soesanto, H., & Mahfudz. (2019). THE EFFECT OF BRAND REPUTATION, PRODUCT RELIABILITY, PRICE AND BRAND ADMIRATION ON PURCHASING DECISION (Study on Food Products that Sold through Instagram at Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 164.
<https://doi.org/10.14710/jspi.v17i3.164-176>
- Maulani. (2021). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , Dan Promosi*. 81–98. <http://eprints.umpo.ac.id/4015/8/1ampiran.pdf>
- Mei, A., Rahayu, N. K., & Ritonga, R. (2021). Pengaruh Brand Reputation dan Brand Experience terhadap Trust in a Brand serta Pengaruhnya pada loyalitas Pelanggan. *Warta ISKI*, 4(1), 44–50.
<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i1.81>
- Meindha, S. S. (2017). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Sevima Edlink Dalam Proses Pembelajaran Pada Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN langsa. *Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(2), 528–537.
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ikhtibar/article/view/3208>
- Mulyati, I. I. S. (2023). *PENGARUH BRAND LIKING DAN BRAND COMPETENCE TERHADAP BRAND LOYALTY*. Universitas Galuh.
- Nursalamah, D. (2021). *Pengaruh Brand Personality, Brand Experience Terhadap Brand Love Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy*. 1–12.
<http://eprints.universitaspotrabangsa.ac.id/id/eprint/253/>
[http://eprints.universitaspotrabangsa.ac.id/id/eprint/253/1/Jurnal Desi Nursalamah.pdf](http://eprints.universitaspotrabangsa.ac.id/id/eprint/253/1/Jurnal%20Desi%20Nursalamah.pdf)
- Oktipa, C. F., & Rahmidani. (2023). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust Melalui Brand Reputation Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecogen*, 8429.
- Pramudita, R., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Satisfaction Terhadap Brand loyalty Pengguna Marketplace Tokopedia. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 238–248. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i2.1243>

- Pratiwi, R. S., Sa'im, U., & Sunaryo, S. (2021). the Effect of Brand Experience and Perceived Value on Brand loyalty Mediated By Brand Trust. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(2), 310–318. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.02.07>
- Puteri, S. N. A. (2019). *Pengaruh Brand Competence, Brand Sastisfaction, dan Trustworthiness terhadap Brand Loyalty pada Sepeda Motor Honda Vario di Kota Surakarta.*
- Rahmadevita, 1. D., Suharyono, & Srikandi Kumadji. (2016). Pengaruh Reputasi Merek Dan Komunitas Pelanggan Terhadap Nilai Pelanggan, Word of Mouth Serta Keputusan Pembelian(Studi Pada Pembeli Non-Member Produk Kesehatan Melilea di Kecamatan 1owokwaru Kota Malang). *Jurnal Profit*, 7(1), 50–60.
- Rudzewicz, A., & Strychańska-Rudzewicz, A. (2021). The Influence of Brand Trust on Consumer loyalty. *European Research Studies Journal*, XXIV(Special Issue 3), 454–470. <https://doi.org/10.35808/ersj/2439>
- Sahlan, S., Donuata, P. B., & Fitriani, N. (2022). How do students respond to the use of the Sevima Edlink Application in learning at the university? *Jurnal Riset Dan Kajian Pendidikan Fisika*, 9(2), 55–60. <https://doi.org/10.12928/jrkpf.v9i2.141>
- Soeryohadi, A., Adiwijaya, M., Subagio, H., & Herjanto, H. (2021). *The 4th International Conference on Management and Entrepreneurship (i-CoME) THE EFFECT OF BRAND REPUTATION, BRAND RELATIONSHIP QUALITY AND SWITCHING COST TO BRAND LOYALTY.* July, 01–21. https://repository.petra.ac.id/19281/1/Publikasi1_91022_7650.pdf
- Suchrisna, R., & Setianingsih, R. E. (2019). Pengaruh Brand Trust Dan Brand Experience Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Apple Seri Iphone 12 Di Jakarta. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie.*
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.* Alfabeta.
- Surapto, D. (2020). The Impact of Brand Trust, Brand loyalty, Brand Image on Service Quality. *2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology*, 143(Isbest 2019), 162–167. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.033>
- Widodo, T., & Rakhmawati, D. (2021). Peran Brand Trust dan Brand Reputation dalam Meningkatkan Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Performance Kasus pada langit Musik. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 189–201. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34463>
- Wijaya, A. (2020). *Metode Penelitian Menggunakan Smart Pls 03.* Innosain.
- Yamin, S. (2021). *Seri Ebook Statistik Olah Data Statistik; SmartPLS 3, Amos dan Stata (Mudah Dan Praktis).* PT Dewangga Energi Internasional.
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko terhadap

Niat Beli Motor listrik menggunakan Metode SEM -P1S. *G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan*, 6(2), 295–305.
<https://ejournal1.unirama1ang.ac.id/index.php/g-tech/article/view/1823/1229>

