

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2015). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdillah, L. A., Alwi, M. H., Simamarta, J., Bisyrri, M., Nasrullah, & Asmeati. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi Konsep dan Penerapan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: Qiara Media.
- Aditya, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty Kompas Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 60-64.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA*, 5(3).
- Aldhama, M. D. (2022). *Pengaruh Brand Experience, Brand Commitment, Brand Trust, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Surakarta*. From Institutional Repository Universitas Muhammadiyah Surakarta: <http://eprints.ums.ac.id/102186/>
- Alhaddar, S. Z., & Pamungkas, I. N. (2017). Analisis Tiga Dimensi Brand Image Pada Pt. Indosat Ooredoo melalui Media Sosial Twitter @Im3ooredoo. *e-Proceeding of Management*, 6(3), 3016-3023.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anggraeni, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Telkomsel Di Kalangan Mahasiswa. *Indonesian Journal Of Strategic Management*, 5(1).
- Annisawati, A. A., & Situmeang, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Teh Celup Walini Pt Perkebunan Nusantara (Ptpn) VIII Bandung. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 12(1).
- Aprilia, R., Komariah, K., & Norisanti, N. (2022). Analisis Pengaruh Brand Trust Dan Brand Engagement Terhadap Brand Loyalty Produk Kosmetik (Survei Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Sukabumi). *Management Studies And Entrepreneur*, 3(4), 1980-1987.
- Cahyani, Dini, I. I., & Sutedjo, B. (2018). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pelanggan. *Journal of Management & Business*, 5(1).

- Caroline, O., & Brahmana, R. K. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Pada Merek Imaparts. *AGORA*, 6(1), 1-6.
- Cosina, S. A. (2020). *Pengaruh Brand Image, Point of Different, dan Point of Parity terhadap Brand Loyalty iPhone pada konsumen di Kelapa Gading*. From Institutional Respository: <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/933/>
- Erianti, D., & Athanasius, S. S. (2019). Peran Brand Trust dalam Pengaruh Kredibilitas Selebgram Endorser dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty Pada Produk Kosmetik Di Semarang. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(2), 287-302.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning&strategy)*. Surabaya: CV.Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno. (2022). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi Pada Yamaha Flagship Shop (Fss) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420-432.
- Huang, C.-C. (2017). The Impacts Of Brand Experiences On Brand Loyalty: Mediators Of Brand Love And Trust. *Management Decision*, 55(5), 1-28.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., & Lestari, A. B. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina.
- Jagofon. (2022, December 13). *Jagofon*. From Jagofon: <https://blog.jagofon.com/post/iphone-14-rilis-iphone-11-tetap-banyak-dicari-ini-alasannya/>
- Janitra, R., & Tjokrosaputro, M. (2022). Pengaruh Brand Experience, Brand Personality, Dan Brand Satisfication Terhadap Brand Loyalty Produk Sepatu Compass Pada Generasi Z Di Jakart. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(2), 472-480.
- 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). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 11(7), 100-111.
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8-16.
- Levy, S. (2023, March 23). *Britannica*. From Britannica: <https://www.britannica.com/topic/Apple-Inc/Desktop-publishing-revolution>
- Mulyati, V., & Hariyanto, D. (2021). Perception Of Students On The Apple Smartphone As A Lifestyle. *Academia Opem*, 4(1), 1-14.
- Novalina, D., Rahmidani, R., & Tasman, A. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Vaseline Hand & Body Lotion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *EcoGen*, 1(25), 316-326.
- Nuddin, A. K. (2017). *Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan dan Kepercayaan Merek Dalam Membangun Loyalitas Merek : Penelitian Empiris Pada Merek Samsung*. From Faculty of Business and Economics Universitas Islam Indonesia: <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/10681>
- 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(4).
- Pertiwi1, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati. (2017). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor Di Surabaya). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2), 20-35.
- Peter, Paul, J., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Penerbit Salemba Empat.
- Pranadata, I. G., Rahayu, M., & Hussein, A. S. (2017). Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Industri One Stop Carcare Service Di Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 217-227.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puska, A., & Stojanovic, I. (2018). The Impact Of Chocolate Brand Image, Satisfaction, And Value On Brand Loyalty. *Original Scientific Paper*, 8(1), 37-54.

- Putra, T. W., & Keni. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty : Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 184-193.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70-78.
- Qurbani, 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), 121-135.
- Rizky, F. A., & Utomo, M. A. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Adidas Pada Chelsea Indonesia Supporter Club (Cisc) Di Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 37-48.
- Sangadji, Mamang, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Semuel, H., & Putra, R. S. (2018). Brand Experience, Brand Commitment, Dan Brand Loyalty Pengguna Apple Iphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 69-76.
- Setyawan, o. L., & Adiwijaya, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Experience, dan Word Of Mouth terhadap Purchase Decision pada Konsumen Baskhara Futsal Arena Surabaya. *AGORA*, 6(1).
- Shelly, P., & Sitorus, D. H. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Merek. *Scientia Journal*, 4(7).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. (n.d.). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *MODUS*, 32(1), 25-41.
- 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*, 8(1), 76-84.
- Valimsya1, L., Januardin, Sianturi, H. A., & Rudi. (2022). The Effect Of Brand Image And Brand Trust On Brand Loyalty Of Blibli.Com Users (Case Study On Prima Indonesia University Students, Medan). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2752-2751.

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.

