

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, *Manajemen Ekuitas Merek*, (Jakarta: Spektrum, 2009).
- Altje Tumbel, “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan”, *Jurnal LPPM Ekonomi Sosial Budaya Hukum*, Vol.3 No.1, (2016).
- Amelia, Dessy, “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2020.
- Aminuddin, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)”, *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (Jram)*, Vol.5 No. 2, (2018).
- Andriani, Nina, “Analisis Strategi Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada JCO Donuts dan coffee cabang Cambridge City Square”, (2003).
- Caroline, Olivia dan Ritzky Karina, “Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Pada Merk Imaparts”, *Jurnal Agora*, Vol.6 No.1, (2018).
- Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016).
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Dewi A, dkk., “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Marlboro (Studi Kasus pada Perempuan Perokok di Kecamatan Tembalang Semarang).” *Journal of Social and Political of Science*, (2015).
- Durianto, Darmadi, dkk., *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).
- Fandy, Tjiptono, *Manajemen dan Strategi Merek*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2011).
- Fauzi, Ahmad Nailul, “Komodifikasi Agama terhadap Pembacaan (Khataman) Al-Qur’an Air Kemasan KHQ PT. Buya Barokah”, *Jurnal Studi Al-Qur’an dan Al-Hadits*, Vol.7 No.2, (2019).
- Febriani, Ervina, Maizul Rahmizal, dan Khairis Aswan, “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”, *Jurnal Ranah Research*, Vol.4 No.4, (2022).
- Ferninand, Agusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: BPPE Universitas Diponegoro, 2006).

- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*.
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro Semarang, 2011.
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Erlangga, 2002).
- Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Istikomah, “Pengaruh Brand Image, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. BNI Syariah Cabang Fatmawati Jakarta”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.6 No.1.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2002).
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid II*, (Jakarta: PT. Prenhallind, 2002).
- L.G, Schiffman dan L.L. Kanuk, *Customer Behavior*, (New Jersey: Prentice Hall International, Inc, 2009).
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-2*, (Indeks, Indonesia, 2007).
- Mahanani, Estu, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Mall”, *IKRTH-Humaniora*, Vol, 2 No.2, (2018).
- Maskurin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015).
- Mowen, John C. dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002).
- Muhammad, Rizan, Basrah Saidani, dan Yusiana S., “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Royalty The Botol Sosro”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol.3 No.1, (2012).
- Paul, Peter J dan Olson Jerry, *Consumer Behavior and Marketing Strategy 9 Th Ed*, (New York: Mc Graw Hill, 2010).
- Prawira, A A Ngr Dicky Natha dan Putu Yudi Setiawan, ”Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike”, *E-Journal Manajemen*, Vol.10 No.12, (2021).
- Prayitno, Duwi, *Paham Analisa Statistik Data SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010).
- Raeshard, Asyam Noviar dan Siti Ning Farida, “Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen pada Suara Surabaya”, *Jurnal Manajemen dan Sains*, Vol.7 No.2, (2022).
- Rahmawati, Ma’ruf, dan M.Bus, ”Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Minute Maid

- Pulpy Orange di Kota Padang”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.22 No.2, (2020).
- Riana, Gede, “Pengaruh Trust in a brand terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum AQUA di Kota Denpasar”, dalam *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 02 No. 02, (2008).
- Ridwanudin, Riki dan Fanni Husnul Hanifa, “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia di Bandung”, *Jurnal e-Proceeding Of Applied Science*, Vol.5 No.2,(2019).
- S , Saleem, Saleem Ur Rahman dan Rana Muhammad Umar, “Measuring Customer Beverage Equity: Investigating The Relationship Between Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty”, *International Journal Of Marketing Studies*, Vol.7 No.1, (2015).
- S, Gounaris, dkk., *Antecedents And Consequences Of Brand Loyalty: An Empirical Study*, *Journal of Brand Management*, Vol 11 No.4, (2004).
- Samuel, Hatane, dkk., “Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8 No.2, (2014).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013).
- Saputra, Deni Andri dan Widiartanto, “Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation Terhadap Purchase Intention Melalui Trust Pada Konsumen Tokopedia”, *Jurnal Administrasi Bisnis* vol 8 No,2, (2019).
- Sari, “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area”, 25.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Ed. Revisi, Cet. 1, (Jakarta: Prenamedia Group, 2003).
- Setianingrum, Any, *Teori Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, <http://anysetianingrum.com/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/>, diakses 1 juli 2023.
- Setiawan, Mulyo Budi dan Ukudi, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol.14. No. 2, (2007).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015).

- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).
- Suntoyo, Danang, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*, Cet. 1, (Yogyakarta: CAPS, 2013).
- Suntoyo, Danang, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2014).
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, dan Ginanjar K.N, “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.1 No.1, (2016).
- Susanto, A. B dan Himawan Wijarnako, *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Cet. 1, (Bandung: Mizan Publika, 2004).
- Syaton, Tono dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.
- Syoalehat, Qauman Nur, Siti Azizah dan Anie Eka Kusumastuti, “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen bakso bakar Pak Man Kota Malang”, *Jurnal Ilmu Peternakan*, (2015).
- Tim Penulis Naskah Al-Qur’an, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018).
- Tim Penyusun, Al-Qur’an dan Terjemahannya, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur’an Departemen Agama RI, (Garut: Penerbit J-Art, 2005).
- Wirtz, Lovelock, *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*, (England: Pearson Education Limited, 2011).
- Yazid, *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001).