

DAFTAR PUSTAKA

- “Qur’an Kemenag,” Kemenag, accessed January 30, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/sura/3>.
- “Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap,” Top Brand Award, 2021, https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=vivan
- A’la, Rofikul, N Rachma, and M Hufron, “Analisis Brand Experience Dan Brand Commitment Terhadap Brand Loyalty (Study Pada Konsumen Go-Jek Yang Berada Di Dinoyo),” *E-Jurnal Riset Manajemen* 09, no. 04 (2020): 70–84.
- Abdurachman, Abizar, “Pengaruh Brand Experience, Trust, Dan Satisfaction Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Merek Toyota Avanza Di Jakarta)” (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School Jakarta, 2018), 24–25.
- Adhi, Yayan Setiya, “Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Indomie Produk PT. Indofood Sukses Makmur,” *Universitas Sanata Dharma Fakultas Ekonomi* (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010), 18, https://repository.usd.ac.id/14429/2/052214134_Full.pdf.
- Aditya, Ignatius and Miharni Tjokrosaputro, “Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Kompas Digital,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4, no. 1 (2008): 60–64.
- Adiwidjaja, Adrian Junio dan Zeplin Jiwa Husada Tariga, “Pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian sepatu converse,” *AGORA* 5 no 3 (2017)
- Afandi, Moch, “Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Obat Flu Mixagrip Di Surabaya (Studi Penelitian Di Wilayah Kedung Baruk)” (Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, 2011), 1.
- Agung and Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*, 1:50–51.
- Anak Agung Putu Agung and Anik Yuest
- Anggraheni, Nina, “Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Shampoo Clear Di Surakarta” (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012).

- Anjani, Arin, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon (Studi Kasus Konsumen Lipstik Revlon Di Yogyakarta)” (Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), 25.
- Arinawati, Vivi Kuarti, “Pengaruh Iklan, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah Cosmetics Di Kota Medan” (Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2017), 1.
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 35
- Azizah, Binti, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Bank Syariah Di Kota Malang,” *Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017), 30.
- Azman, Muhammad Nurul, “Pengaruh Harga (Price), Trust In Brand, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Kota Tangerang)” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 1.
- Bastian, Danny Alexander, “Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia,” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 1–9.
- Bramastha, Meledio, “Dampak Mediator Dari Brand Loyalty Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Pada Kasus Bank Mandiri Tbk Cabang Godean Yogyakarta” (Universitas Islam Indonesia, 2018), 23–24.
- Efendy, Pricillia and Yessica Audya Suryadinata, “Analisa Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Di Restoran D’Cost Surabaya,” n.d., 613–27.
- Ermawati, Lusy, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Female Bag Sophie Martin Paris Di Kota Jember” (Universitas Jember, 2016), 28–29.
- Fatikhyaid, Mohamad , N Rachma, and M Hufron, “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Smartphone Merek Samsung

- (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma),” *Jurnal Riset Manajemen*, 2016, 82–94.
- Firdaus, Ridho, “Pengaruh Brand Image Dan Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Bina Masyarakat Utama Bandar Lampung)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 59.
- Fitri, Inayah, “Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Kelurahan Mulya Asri Kabupaten Tulang Bawang Barat)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 47.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2018), 107–8.
- <https://cdc.uns.ac.id/lowongan/perusahaan/463/WOOK#>
- <https://febi.iainkudus.ac.id/berita-58680-selamat-dan-sukses-atas-pelantikan-dekan-dan-wakil-dekan-1-febi-iain-kudus.html>, diakses pada 1 agustus, 2022
- <https://iainkudus.ac.id/>, diakses 17 Januari 2022, pukul 20.00
- <https://iainkudus.ac.id/temp/u01/profil.php>, diakses 8 Agustus 2022, pukul 20.00 WIB
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/IAIN_Kudus, diakses pada 8 Agustus 2022 pukul 21.00 WIB
- <https://www.vivan.co.id/about>, [diakses pada tanggal 11 Agustus 2022, pukul 18.000](#)
- <https://www.vivan.co.id/produk>, diakses pada tanggl 11 Agustus 2022, pukul 19.00
- Hutama, Rizal Firmansyah, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Godspeedwarehouse Jember” (Universitas Jember, 2018), 36.
- Ismanto, Kuart, *Manajemen Syari’ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari’ah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009) hal 35
- Karwulandari, Nita, “Pengaruh Emotional Branding, Brand Experience, Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand

- Loyalty (Studi Pada Konsumen Produk Merek Rabbani Di Outlet Rabbani Cabang Kutoarjo)” (Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2017), 52, <http://repository.umpwr.ac.id:8080/handle/123456789/1070>.
- Kurniawan, Agung Widhi and Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 67.
- Kurniawan, Hironimus Hari, “Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust (Studi Pada Brand Restoran McDonald’s Di Kota Malang),” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 2 (2017): 228–39.
- Lestari, Wulan, “Analisis Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kepercayaan Merek (Brand Trust) Dan Harga (Price) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) (Studi Kasus Pada Konsumen Lux Di Kota Semarang)” (Universitas Semarang, 2016), 21.
- Luthfiah, Husna, “Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Pedagang Online Di Akun Facebook Butik Shaqila Di Pasir Pengaraian Menurut Perspektif Ekonomi Islam” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2020), 33–34.
- Maria, Riani Tri, “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan” (Universitas Negeri Semarang, 2017), 2.
- Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*, ed. I Nengah Suardhika, 1st ed., vol. 1 (Bali: CV. Noah Aletheia, 2019), 4.
- Nisa, Azizah Khoirun, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Nofriyanti, Ayesha Rizky, “Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel,” *Ekonomi Bisnis* 22, no. 3 (2017): 130–42.

- Novalia, Dini, Rose Rahmidani, and Abel Tasman, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Vaseline Hand & Body Lotion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang,” *Jurnal Ecogen* 1, no. 2 (2018): 316, <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4752>.
- Nurhayati, Siti, “Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal.Amaypk.Ac.Id* VII, no. 2 (2020): 36–46, <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/100/114>.
- Oktiani, Asri and Rozy Khadafi, “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C’Bezt Fried Chiken Kecamatan Genteng Banyuwangi,” *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 1, no. 2 (2018): 269–82.
- Pangestika, Teta Kirana and Imroatul Khasanah, “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, no. 4 (2021): 2–17.
- Pertiwi, Agata Rahmi, Achmad Helmy Djawahir, and Andarwati, “Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor Di Surabaya),” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 5, no. 2 (2017): 20–35.
- Pertiwi, Djawahir, and Andarwati, “Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor Di Surabaya).”
- Prabowo, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan),” 2.
- Prabowo, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan),” 21.

- Prabowo, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan),” 52.
- Prabowo, Aris, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan)” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013), 1.
- Pranadata, I Gede Putu, Minarti Rahayu, and Ananda Sabil Hussein, “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, no. 2 (2017): 217–28.
- Pranadata, Rahayu, and Hussein, “Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Industri One Stop Carcare Service Di Kota Malang).”
- Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 123.
- Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, ed. Puput Cahya Ambarwati, Cv. Wade Group, 1st ed. (Jawa Timur: Wade Group, 2016), CV. Wade Group.
- Rachman, Rony Kurnia and Wahyono, “Pengaruh Brand Experience Dan Brand Reputation Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust (Study Pada Pengguna XL Di Semarang),” *Management Analysis Journal* 6, no. 1 (2017): 1–11.
- Rachmawan, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Rust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan).”
- Rachmawan, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Rust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada

- Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan).”
- Rachmawan, Ade “Analisis pengaruh kualitas produk, *brand rust*, *brand image* kepuasan pelanggan terhadap *brand loyalty* pada air mineral aqua (studi kasus pada konsumen air mineral aqua di wilayah tangerang selatan)”, *Manajemen Pemasaran 2*, no 1 (2018), 11
- Rachmawan, Ade, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Rust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua Di Wilayah Tangerang Selatan),” *Jurnal Manajemen Pemasaran 2*, no. 1 (2018): 11–29.
- Ramadhani, Zulfiana Khatimah, Eny Endah Pujiastuti, and Hastho Joko Nur Utomo, “Pengaruh Brand Experience Dan Brand Trust Terhadap Brand Attachment Serta Brand Loyalty,” *Jurnal Administrasi Bisnis 17*, no. 1 (2019): 47–57.
- Ratnawati, Alifah and Annisa Ayu Lestari, “Peran Brand Trust Dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty,” *EKOBIS 19*, no. 2 (2018): 185–202.
- Rini, “Analisis Pengaruh Trust In Brand, Kualitas Pelayanan, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Produk Speedy Telkom” (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta),” 35–36.
- Rini, “Analisis Pengaruh Trust In Brand, Kualitas Pelayanan, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Produk Speedy Telkom” (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta),” 57.
- Rini, Ayu Stia and Eka Sulistyawati, “Pengaruh Brand Trust, Customer Satisfaction, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Loyalty,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 3*, no. 3 (2014): 510–29, <http://imedpub.com/ojs/index.php/IAJAA/issue/current>.
- Rini, Restu Puspita, “Analisis Pengaruh Trust In Brand, Kualitas Pelayanan, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Produk Speedy Telkom” (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Islam

- Negri Syarif Hidayatullah Jakarta)” (Uinversitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 5.
- Rizan, Mohammad Basrah Saidani, and Yusiyana Sari, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur),” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3, no. 1 (2012): 1–17.
- Safira, Raja Ela Dan Dhidhin Noer Ady Rahmanto, “Islamic branding experience dan customer citizenship behavior terhadap keputusan mengguankan layanan linkaja syariah,” *Journal of Islamic banking and finance* 2 no 1 (2022), 6
- Sandika, Verli, “Pengaruh Threat Emotion, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen POND’S Di Provinsi Lampung),” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), 28–29.
- Sari, “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area,” 25.
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 37–38.
- Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 54.
- Septian, “Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Di Yogyakarta),” 6.
- Sibagariang , Sem Christina Hawila and Tinjung Desy Nursanti, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada PT Bank Sinarmas,” *Journal The Winners* 11, no. 2 (2010): 118–29.
- Sidabutar and Dharmayanti, “Analisa Pengaruh Brand Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Trust, Customer Satisfaction Dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Pada Kiehl’s Surabaya.”
- Sidabutar, Carlos Bryan and Diah Dharmayanti, “Analisa Pengaruh Brand Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Trust, Customer Satisfaction Dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Pada Kiehl’s

- Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1, no. 1 (2015): 1–10.
- Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 157.
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 68.
- Susminingsih, *Etika Bisnis Islam* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2020), 59–61.
- Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, 53–57.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Pustaka Setia, 2013) hal 69
- Syahrum and Salim, “Metodologi Penelitian Kuantitatif” (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 113.
- Utomo, Ichsan Widi, “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda),” *Jurnal Komunikasi* VIII, no. 1 (2017): 76–84.
- Veronika, “Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen, Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Calon Konsumen Shampoo Dove Di Pusat Perbelanjaan: Gardena Department Store & Supermarket Yogyakarta)” (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016), 16.
- Yesi Nopriani, “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Telkomsel Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang)” (UIN Raden Fatah Palembang, 2017), 3.
- Yoana, Maria and Miharni Tjokrosaputro, “Pengaruh Brand Experience, Brand Trust, Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Cimory,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 2, no. 5 (2018): 38–44.