

## DAFTAR PUSTAKA

- Andria, Y. G., & Setiadi, Y. W. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 419–433. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5520>
- Ang, C. E., & Keni, K. (2021). Prediksi Brand Experience Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty: Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11286>
- Apriliani, H. N., & Setyawati, H. A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer Skintific. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(3), 247–258. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i3.448>
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Mie Instan. 3(2), 2745–7257. <https://instantnoodles.org>
- Aulia, C., Rachma, N., & Afi, R. S. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Super Geprek. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 139–152. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Deccasari, D. D., & Amin, A. (2021). Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Sepatu Merek Sketchers ). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 67–82.
- Erciş, A., Ünal, S., Candan, F. B., & Yıldırım, H. (2012). The Effect of Brand Satisfaction, Trust and Brand Commitment on Loyalty and Repurchase Intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1395–1404. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1124>
- Fahlevi, R. (2022). The Effect Of Brand Trust, Brand Identification And Brand Commitment On Brand Loyalty Of Shoes Sports Pengaruh Brand Trust, Brand Identification Dan Brand Commitment Terhadap Brand Loyalty Pada Sepatu Olahraga. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 3017–3026. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Habibulloh, A. (2020). SEPATU FUTSAL ( Studi pada Pengguna Produk Sepatu Specs di Kebumen ) Alizen Habibulloh Abstrak SEPATU FUTSAL ( Studi pada Pengguna Produk Sepatu Specs di Kebumen ). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal*.
- Hijrayah, F., Prianka, M., Dermawan, R., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). The Influence Of Brand Trust On Brand Loyalty Wish Customer Satisfaction As Intervening Variable Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2266–2274. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Image, P. B., Satisfaction, B., Brand, D. A. N., Dicky, A. A. N., Prawira, N., & Setiawan, P. Y. (2021). *TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN SEPATU MEREK Nike .... 10(12)*, 1305–1324.
- Imroatul, K., & Amirputri, P. B. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS MEREK DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Zalora Indonesia di wilayah Jabodetabek). *Journal of Management ISSN (Online): 2337-3792*, 4(2), 1–12.
- Janitra, R., & Tjokrosaputro, M. (2022). admin,+Artikel+Final\_Renardi+Janitra+472-480. *Pengaruh Brand Experience, Brand Personality, Dan Brand Satisfication Terhadap Brand Loyalty Produk Sepatu Compass Pada Generasi Z Di Jakarta*, 4(02), 472480.
- Kotler dan Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 15*. Erlangga, Jakarta.
- Khalis, V. M., Komariah, K., & Mulia Z, F. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 857–865. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.3540>

- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ketiga). Erlangga.
- Kotler, Philip. & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawati, putri. (2017). No Title الابتزاز الإلكتروني.. طفرة على تغذى جرائم.. ال التواصل. *Universitas Nusantara PGRI Kediri, 01*, 1–7.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97–111. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i1.67>
- Mahardika, M., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Brand Experience, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Love sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Produk Sepatu Aerostreet). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3587–3599. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4438>
- Marginingsih, R., Susilowati, I. H., & Widiyanti, W. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Access. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 185–199. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8029>
- Redo, F., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Futsal. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 69–78.
- Rianto, C. R., & Widayanto, W. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Converse melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 175–182. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27291>
- Riyanto, F. A. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 15(1), 65–84. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.1071>
- Şahin, A., Zehir, C., & Kitapçı, H. (2011). The effects of brand experiences, trust and satisfaction on building brand loyalty; an empirical research on global brands. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1288–1301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.143>
- Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. (2022). Loyalitas Merek Milo Ditinjau dari Kualitas Produk dan Brand Image. *Jurnal Simki Economic*, 5(2), 155–164. <https://doi.org/10.29407/jse.v5i2.155>

sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, dan Penelitian Evaluasi* (alfabeta).

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif R&D* (alfabeta).

Suratni, N. L. S., & Mayasari, N. M. D. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food pada Aplikasi Grab di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 50. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32129>

Swamilaksita, P. D., Amir, H., Suryani, F., & Livana, P. (2022). Effective methods to prevent or treat anemia in adolescent women. *International Journal of Health Sciences*, 10(12), 440–452. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns4.5528>

