

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Abubakar, H. S. (2014). *Analysis of factors affecting brand loyalty of product among consumers in Nigeria. Developing Country Studies*, 4(6).
- Alhaddad, A. (2015). *A structural model of the relationships between brand image, brand trust and brand loyalty. International Journal of Management Research and Reviews*, 5(3), 137.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. B., & Akram, S. N. (2011). *Impact of brand image, trust and affect on consumer brand extension attitude: the mediating role of brand loyalty. International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5), 73-79.
- Apriyanti, A., & Setyowati, H. (2021). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Minyak Kayu Putih Cap Lang) Di Kota Madiun. CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 150-162.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Bianchi, C. (2015). *Consumer brand loyalty in the Chilean wine industry. Journal of food products marketing*, 21(4), 442-460.
- Bilgin, Y. (2018). *The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148.
- Chou, C. M. (2013). *Factors affecting brand identification and loyalty in online community. American Journal of Industrial and Business Management*, 3(08), 674.
- Delgado-Ballester, E., Munuera-Aleman, J. L., & Yague-Guillen, M. J. (2003). *Development and validation of a brand trust scale. International journal of market research*, 45(1), 35-54.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. L. (2005). *Does brand trust matter to brand equity?. Journal of product & brand management*.
- El Naggat, R. A. A., & Bendary, N. (2017). *The Impact of Experience and Brand trust on Brand loyalty, while considering the mediating effect of brand Equity dimensions, an empirical study on mobile operator subscribers in Egypt. The Business & Management Review*, 9(2), 16-25.
- Erdoğan, İ. E., & Cicek, M. (2012). *The impact of social media marketing on brand loyalty. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353-1360.





- Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Tariq, U., & Murtaza, F. (2012). *Impact of customer satisfaction and brand image on brand loyalty. Progress in Business Innovation & Technology Management*, 2(2), 69-77.
- Gilaninia, S., Almani, A. M., Pournaserani, A., & Mousavian, S. J. (2011). *Relationship marketing: A new approach to marketing in the third millennium. Australian journal of basic and applied sciences*, 5(5), 787-799.
- Haghighi, M., Dorosti, A., Rahnama, A., & Hoseinpour, A. (2012). *Evaluation of factors affecting customer loyalty in the restaurant industry. African Journal of Business Management*, 6(14), 5039-5046.
- Ika, Nuruni dan Kustini. 2011. ***Experiential Marketing, Emotional Branding and Brand Trust and their Effect on Loyalty***. Journal of Economic, Business and Accountancy Ventura, Vol.14, No.1.
- Ismail, A. R. (2017). *The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty: The mediation effect of brand and value consciousness. Asia pacific journal of marketing and logistics*, 29(1), 129-144.
- Kurniawan, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan Pet Smile. Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 9(2), 186-191.
- Kusuma, Y. S. (2014). *Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Laroche, M., Habibi, M. R., & Richard, M. O. (2013). *To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media?. International journal of information management*, 33(1), 76-82.
- Mabkhot, H. A., Shaari, H., & Salleh, S. M. (2017). *The influence of brand image and brand personality on brand loyalty, mediating by brand trust: An empirical study. Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 50.
- Muhamad, T., & Nastiti, H. (2020). *Analisis Loyalitas Merek Pada Konsumen Minuman Kesehatan. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 213-224.
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 1(3), 319-332.
- Orzan, G., Platon, O. E., Ștefănescu, C. D., & Orzan, M. (2016). *Conceptual Model Regarding The Influence Of Social Media Marketing Communication On Brand Trust, Brand Affect And Brand Loyalty. Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 50(1).
- Singh, R. (2016). *Factors affecting Brand Loyalty in the Footwear Industry—A Study of Ludhiana District. International Journal of research-Granthaalayah*, 4(6), 139-149.
- Sudiarta, I. K. (2020). *Gagap Komunikasi Menghadapi Kemajuan Pariwisata Pulau Nusa Penida (Studi Kasus Pada Pemerintah Kabupaten Klungkung). Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 60-68.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tjahyadi, R. A. (2006). *Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6(1), 65-78.

Variano, V. (2017). *Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas layanan terhadap loyalitas merek konsumen kereta api*. *Agora*, 5(2).

Wijaya, B. S. (2013). *Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication*. *European Journal of Business and Management*, 5(31), 55-65.

#### Buku dan e-book

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods*. McGraw-Hil.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair Jr, J. F. (2014) *Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Barry J. Babin Rolph E. Anderson Seventh Edition*.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. *Wiley & Sons, Inc*.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc*.

Schiffman, L.G & Joseph L. Wisenblit (2015), *Consumer Behavior*, Global Edition.

#### Website

*American Marketing Association 2021, Branding*, diakses 11 September 2021  
<https://www.ama.org/topics/branding/>

Dwiasidri 2020, *10 Agar-agar Enak dan Sehat untuk Lengkapi Kebutuhan Serat dalam Tubuh!* ProductNation, diakses 6 Januari 2021,  
<https://productnation.co/id/27934/merk-agar-agar-enak-terbaik-indonesia/>

Mursid, F & Esthi Maharani 2020, *Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 175,5 juta*, *Republika.co.id*, diakses 6 Januari 2021,  
<https://republika.co.id/berita/qhgibx335/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1755-juta-jiw>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Skripsi

- Shandi, A. P., & RAHARDJO, S. T. (2011). *Analisis Dimensi Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Kartu Indosat IM3 di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro)*.

## Publikasi

- Kemp, S 2021, *Digital 2021: Indonesia, All the Data, Trends, and Insights You Need to Help You Understand how People Use the Internet, Mobile, Social Media, and E-Commerce*, Datareportal, diakses 3 Maret 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

