

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Spektrum.
- Aaker, D. (2015). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Management Review*, 38(3), 102–120. <https://doi.org/10.2307/41165845>
- Arikunto. (2014). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Rineka Cipta.
- Artiniwati, N. N. J., Rinuastuti, B. H., & Septiani, E. (2022). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan Brand Loyalty Produk Scarlett Whitening. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2(2).
- Awali, F. P., & Astuti, R. T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Activities dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty: peran brand trust sebagai variabel mediasi (Studi pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy di Wilayah Jawa Tengah). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Azahra, M. (2024). *Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty pada produk kecantikan make over (studi pada pelanggan Make over yogyakarta)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2019). Membangun Keunggulan Bersaing melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing dan Inovasi Organisasi untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 8–18. <https://doi.org/10.37058/jem.v4i1.689>
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2011). Manajemen pemasaran : *analisis perilaku konsumen*. BPFE-Yogyakarta.
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. (2021). *Manajemen* (7th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hamid, M., Sufi, I., Konaldi, W., & Akmal, Y. (2019). *Analisis Jalur dan Aplikasi*

spss versi 25. Sefa bumi persada.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1 (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 341–370. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1009886520142>
- Mowen. (1995). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Sutisna.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Nisa, P. 'Ainun, & Nasir, M. (2025). Membangun Brand Loyalty: Analisis Peran Brand Equity Dan Brand Trust Pada Dua Merek Mie Cup Terpopuler Di Solo Raya. *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1).
- Oktaviani, A., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2024). Pengaruh Brand Experience, Perceived Value Terhadap Brand Trust dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(4), 1243–1251.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behavior* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Putri, A. D. R., & Praswati, A. N. P. (2024). Pengaruh Brand Equity Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Iphone Di Surakarta. *JURNAL BINA BANGSA EKONOMIKA (JBBE)*, 17(2).
- Rahmadhany, S. N., & Amalia, L. (2023). The Effect of Brand Image and Brand Experience on Brand Satisfaction and Brand Loyalty of Wardah Cosmetics. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(9), 2203–2218. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i9.5655>
- Rinaldi, R. (2022). *Pengaruh Brand Experience Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Dimediasi Oleh Brand Trust*. Universitas Islam Malang.
- Sari, A. K. D., & Nasir, M. (2025). Analisis Elemen Brand Equity terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada Shopping Goods Laptop Merek Terpopuler di Solo Raya. *Jurnal Simki Economic*, 8(1), 101–112. <https://jiped.org/index.php/JSE>
- Schiffman, L. G. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Essex Pearson Education Limited.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT Indeks.
- Setiadi, N. (2003). *PERILAKU KONSUMEN*. Kencana Prenada Media Group.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujana, E. R., Verinita, & Sari, D. K. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Engagement terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 554–558. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.567>
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality Dan Customer Satisfaction*. ANDI Publisher.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Wulandari, F. A., & Andriani, S. (2024). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen ESQA Di Kota Surabaya). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8061–8071. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10505>
- Zuhdi, D. P.-S., Suharjo, B., & Sumarno, H. (2016). Perbandingan Pendugaan Parameter Koefisien Struktural Model Melalui Sem Dan Pls-Sem. *Jurnal Matematika Dan Aplikasinya*, 15(2), 11.