

## DAFTAR PUSTAKA

- Atnan, Ferdy Ramadhan, and Rizal Hari MAGNADI. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Ketersediaan Produk, Product Knowledge Terhadap Brand Awareness Produk Private Label (Studi Kasus Pada Produk Public Work Di Distro Public Work Kota Demak)." Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ades pt. ades alfindo putra setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Bernard, E. S. (2019). Pengaruh stimuli pemasaran; product/service, price, promotion, place terhadap proses keputusan siswa memilih BIMBEL. *ESENSI Jurnal*, 22(3).
- Budihardja, L. (2020). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Yamaha Motor Jakarta/Louis Budihardja/20160040/Pembimbing: Dergibson Siagian.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan smartphone dalam menunjang aktivitas perkuliahan oleh mahasiswa FISPOL UNSRAT Manado. *Acta Diurna Komunikasi*.
- Das, Gopal (2014) Perceived Quality and Purchase Intention with Retailer Loyalty : A Study of Indian Non-Food Retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services Linkages of Retailer Personality*, Vol. 21 (3), 407–414.
- Delgado, (2014). Development and Validation of a Brand Trust Scale International. *Journal of Market Research*. vol 45 (1), 35–34.
- Destian, S., & Djatmiko, T. (2017). Pengaruh perilaku konsumen (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) terhadap keputusan pembelian online pada situs modifikasi. com di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3).
- Dewi, N. S., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3784.
- Dipura, B. A. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2).
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.

- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.
- Fenia Nosely, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Garini. 2017. *Pengertian Smartphone. Smartphone For the Smart People*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Vol. 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Diponegoro: UNDIP.
- Ghozali, Imam (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, E., Sudarso, A., Purba, B., ... & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Hendrajati, A. (2016). Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust Yamaha.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- <https://dataindonesia.id/digital/detail/oppo-rajai-pasar-smartphone-di-indonesia-pada-2021>
- <https://gizmologi.id/news/oppo-kuasai-pasar-smartphone-indonesia/>
- <https://tekno.kompas.com/read/2019/09/02/14010097/mengamati-pergeseran-pasar-smartphone-indonesia-di-2019?page=all>
- Ifana, V. M., & Suryani, T. (2017). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas layanan pada loyalitas merek pakaian ZARA. *Journal of Business and Banking*, 6(2), 257-268.
- Kotler P., Keller K.L., 2012 *Direccion de marketing* , Pearson Education
- Kotler Ph., Keller K.L., 2013 *Marketing*, Wydawnictwo Rebis, Warszawa

- Kotler, P. and Keller, K. L. (2015) *Manajemen Pemasaran*. XII. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2016). *Marketing management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuncoro, A. W. (2013). Analisis kebangkrutan dengan metode Springate dan Zmijewski pada PT. Betonjaya Manunggal Tbk periode 2007-2011. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 2(1).
- 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.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8-16.
- Lassoued, R., & Hobbs, J. E. (2015). Consumer confidence in credence attributes: The role of brand trust. *Food Policy*, 52, 99-107.
- Lau, Then G., & Lee. (2014). Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Lee, H.-J., and Jee, Y. (2015). The impacts of brand asset of domestic screen golf playing systems upon brand trust and brand loyalty. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(4), 320–332. doi:10.1108/ijsms-11-2016-021
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons.
- Mamahit, P. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 15(5).
- MARITO PASARIBU, S. H. I. N. T. A. (2019). *MEMBANGUN BRAND IDENTITY KOTA TASIKMALAYA SEBAGAI KOTA KERAJINAN MELALUI BRAND DIFFERENTIATION BERDASARKAN VALUE OF CULTURE DAN PRINSIP LOCALLY-GLOBAL PRODUCT* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Mileva, D. N. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446-452.
- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh brand trust, brand image, perceived quality, brand loyalty terhadap brand equity pengguna Telkomsel. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 130-142.
- Nurizal Fahmi, H. (2022). *STRATEGI BRAND COMMUNICATION DALAM PROGRAM PANCA KARYA KOTA MADIUN* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

- Nurullaili, N., & Wijayanto, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati, A. (2017). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 20–35.
- Prakoso, M. B. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Pada Pengguna Smartphone Iphone* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Purbarani, V. H., & Santoso, S. B. (2013). *Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, diferensiasi produk, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- PUTRA, R. E. K. (2021). *KEMASAN SEBAGAI PROMOSI GETHUK SEMAR DENGAN PENDEKATAN VISUAL POP ART UNTUK PENGEMBANGAN PASAR KALANGAN MUDA* (Doctoral dissertation, INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA).
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Produk Peternakan*. Denpasar: Swata Nulus.
- Raharja, C., & Aksari, N. M. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek dalam Membangun Ekuitas Merek. *E-Jurnal Manajemen*.
- Rahmawati, D., & Kusniawati, A. (2020). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2 (1), 38-48.
- Risal, M., & Salju, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4PS) dalam meningkatkan kinerja pemasaran studi kasus pada: Industri kecil pengolahan rumput laut di Provinsi Sulawesi Selatan. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(01).
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi)*. Medan: CV Manhaji.
- Riyanto Slamet, *Hatmawan Andhita Aglis*. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV BUDI. UTAMA.
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). Citra merek, kepercayaan merek dalam mewujudkan loyalitas merek produk aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
- Sangadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Santoso, S. (2014). *STATISTIKA*. Ponorogo: Umpo press.

- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Socioteknologi*, 15(2), 291-297.
- Schiffman, & Wisenblit. (2015). *Consumer Behaviour*. 11th edition. New Jersey. Pearson Education, Inc.
- Semadi, I. P. Y., & Ariyanti, M. (2018). The Influence of Brand Experience, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty of ABC-CASH. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, 7(3), 12–23.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sondakh, R., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Kredibilitas Merek Memediasi Kredibilitas Endorser dengan Ekuitas Merek (Studi pada Konsumen “Kartu AS” di Kota Denpasar). *Buletin Studi Ekonomi*, 165194.
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, S., Nugroho, L., Arifudin, O., ... & Rijal, K. (2020). Perilaku konsumen dan perkembangannya di era digital.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Sugiyono, *Metode Penelitian*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh celebrity endorser, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53-62.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek melalui citra merek dan kepercayaan merek Toyota. *Jurnal manajemen pemasaran*, 8(2), 62-69.
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran Edisi 4. Jakarta: ANDI, 2015.
- Ubud, S., & Ubud, S. (2016). Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Cinta Terhadap Loyalitas Merek Dalam Waralaba Restoran. *CAMPURAN: Jurnal Ilmu Manajemen*, 6 (3), 152457.
- Verma, Harsh V. 2012. *Service Marketing Text and Cases Second Edition*. India : Dorling Kindersley Pvt ltd.

- Vernadila, R. Y., & Realize, R. (2020). Pengaruh kepercayaan merek, citra merek dan persepsi kualitas terhadap loyalitas merek sensodyne. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 633-646.
- Warsinah, W., (2018). *ANALISIS PENGARUH BRAND IDENTITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND IMAGE PELANGGAN TUPPERWARE KOTA JAMBI* (Doctoral dissertation, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI).
- Widiyanti, W. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox (Studi Kasus pada follower instagram@ tempattasdotcom. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(1).
- Zainurossalamia.S (2020) *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. Forum Pemuda Aswaja Nusa Tenggara Barat*

