

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. ., & Sari, M, E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Adnyana, I. M. (2020). Manajemen Investasi dan Portofolio. In *Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)*. <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/3770>
- Agustin, I. ., Purwianti, L., Ana, Danielson, Hernando, Marcella, K., & Rusiana, N. (2023). Pengaruh Perceived Quality, Brand Satisfaction, Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 662–678. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12487>
- Alfiansyah, D. ., Mukhidin, & Taufik, M. (2024). Praktik Ilegal Perdagangan Mata Uang Kripto Di Indonesia. *Pancasakti Law Journal*, 2(1), 199–204. <https://doi.org/10.24905/plj.v2i1.38>
- Alsalmi, N., Ullah, S., & Rafique, M. (2023). Accounting for digital currencies. *Research in International Business and Finance*, 64, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.101897>
- Andik, S. D. ., & Rachma, A. . (2022). The Impact of Brand Awareness, Brand Association, and Perceived Quality towards Brand Loyalty (A case study of New Product). *E3S Web of Conferences*, 348, 1–6. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202234800035>
- Apriliya, G. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Secara Online. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 6(5), 294–306. <https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v2i1.302>
- Astutik, R. ., & Purwanto, S. (2024). The Influence of Brand Experience, Brand Trust, and Perceived Value on Brand Loyalty of Maybelline Products in Surabaya. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(8), 3565–3576. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i8.10568>
- Baihaqqy, M. R. . (2023). *Manajemen Pemasaran Marketing Mix dan Loyalitas*. Penerbit Amerta Media. https://amertamedia.co.id/wp-content/uploads/2023/09/web-NASKAH_RIZA-9.pdf
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). Research Methods For Business A Skill Building Approach. In *Sustainability (Switzerland)* (8TH EDITIO, Vol. 11, Issue 1). www.wiley.com
- Dewi, N., Athar, H. ., & Dakwah, M. (2022). Pengaruh Brand Reputation, Brand Trust dan Perceived Quality terhadap Brand Loyalty Emina di Kota Mataram. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2(2), 37–49. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jseit> ISSN
- Dewi, W. . (2023). Perkembangan Mata Uang Kripto di Tahun 2023: Implikasi

- Terhadap Sistem Keuangan Konvensional. *Circle Archive Ekonomi*, 1(2). <http://www.circle-archive.com/index.php/carc/article/view/45>
- Fahruri, A. (2023). Robo Advisor: Model Investasi Masa Depan Berbasis Teknologi AI. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 2(1), 51–60. <https://intropublica.org/index.php/jabma>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish CV. Budi utama. www.deepublish.co.id
- Firmansyah, M. . (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media. https://www.researchgate.net/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek
- Hamdi, A. ., & Junaedi, A. (2023). Analisis Pandangan Hukum Islam Mengenai Cryptocurrency. *Jurnal Hukum & Hukum Islam*, 10(2), 360–367. <http://ojournal.ulka-bogor.ac.id/Indox.php/YUSTISI>
- Hikmawati, F. (2019). Metodologi Penelitian. In *PT. Rajagrafindo Persada*. PT. Rajagrafindo Persada. https://etheses.uinsgd.ac.id/31676/1/Metodologi_Penelitian.pdf
- Hisyam, C. ., Rodja, Z., Salsabila, N., & Lubis, N. . (2024). Transformasi Sosial-Ekonomi dalam Era Ekonomi Digital: Analisis Sosiologi Ekonomi terhadap Dinamika Platform Online. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.86>
- Huda, N., & Hambali, R. (2020). Risiko dan Tingkat Keuntungan Investasi Cryptocurrency. *Jurnal Manajeen Dan Binis*, 17(1), 72–84. <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7236>
- Huda, N., Lake, Y., & Sitorus, D. R. . (2023). Strategi Investasi pada Aset Cryptocurrency. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 49–53. <https://doi.org/10.31294/moneter.v10i1.14365>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024a). Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART-PLS. In M. Pradana (Ed.), *Regresi Linier Sederhana dan Berganda*. CV. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/569336/analisis-regresi-dan-analisis-jalur-untuk-ri-set-bisnis-menggunakan-spss-290-smar>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024b). Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART PLS. In M. Pradana (Ed.), *Uji Asumsi Klasik*. Eureka Media Aksara. eurekamediaaksara@gmail.com
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024c). *Riset Manajemen Menggunakan SPSS dan SMART-PLS*. CV. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/579671/ri-set-manajemen-menggunakan-spss-dan-smart-pls-implementasi-pada-manajemen-sdm-p>
- Isra, M., Diah, W., & Ely, R. (2024). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. In

- K-Media*. K-Media. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5390/1/Manajemen Pemasaran Konsep dan Teori_Isra Misra%2C dkk.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5390/1/Manajemen_Pemasaran_Konsep_dan_Teori_Isra_Misra%2C_dkk.pdf)
- Jefuna, N., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Brand Trust dan Brand Awareness terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Investasi Reksadana Bibit.id di Kalangan Generasi Z. *Kiwari*, 1(1), 119. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15593>
- Johari, M., & Septiyanto, R. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode MOORA (Multi-Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis) Untuk Pemilihan Alat Mining Cryptocurrency. *Jurnal Visualika*, 8(2), 130–144. <http://jurnas.saintekmu.ac.id/index.php/visualika/article/download/28/22/55>
- Khairiyah, I. (2024). Integrasi Teknologi Canggih Dalam Investasi: Cara Meningkatkan Keuntungan Dan Mengelola Risiko Dengan Efektif. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 587–600. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.187>
- Kumara, A. . (2018). Metode Penelitian Kualitatif. In *Universitas Ahmad Dahlan*. Universitas Ahmad Dahlan. [https://eprints.uad.ac.id/41924/1/Buku Ajar Penelitian Kualitatif Agus Ria Kumara.pdf](https://eprints.uad.ac.id/41924/1/Buku_Ajar_Penelitian_Kualitatif_Agus_Ria_Kumara.pdf)
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Adisatya. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Kurniawan, S. ., Widiastuti, R. ., Hermanto, D. M. ., Mukhlis, I. ., Pipin, S. ., Surianto, D. ., Priyatno, A. ., Pasaribu, A. ., & Judijanto, L. (2024). *BIG DATA (Menenal Big Data & Implementasinya di Berbagai Bidang)*. PT.Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com
- Kusuma, A. H. ., Sudirman, A., Aisyah, A. P. ., Sahir, S. ., Salmiah, A. ., Halim, F., Napitupulu, A. W. ., & Simartamata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi, dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. kitamenulis.id
- Kusuma, N. B. A. ., & Miartana, I. . (2018). Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 100–119. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Kusuma, W., Basirun, & Soraya, S. (2021). Peningkatan Kreativitas Mahasiswa Melalui Penyusunan Instrumen Penelitian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 143–148. <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Latifah, U., Hadi, W. ., & Wilda, A. . (2024). Pengaruh Brand Image , Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty pada Pengguna E-Commerce (Studi Kasus Pengguna E-Commerce wilayah Kota Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 19–29. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v12i1.1851>
- Luxmana, D. ., & Oktafiyani, M. (2022). Analisis Fundamental Cryptocurrency Terhadap Fluktuasi Harga Pada Masa Pandemi. *Dinamika Akuntansi*,

- Keuangan Dan Perbankan*, 11(1), 41–52.
<https://doi.org/10.35315/dakp.v11i1.8952>
- Manurung, R. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi Cryptocurrency Bitcoin*. Penerbit Insan Cendekia Mandiri. www.insancendekiamandiri.co.id
- Mappadang, A. (2021). Buku Ajar Manajemen Investasi & Portofolio. In *CV. Pena Persada*. <https://www.collegesidekick.com/study-docs/19945106>
- Masadi, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Desanta Muliavisitama. <https://desantapublisher.com>
- Maulana, M. R. (2024). Bitcoin dan Konsep Uang Digital Tinjauan Historis dan Teoritis. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 69–78.
<https://doi.org/10.61590/waralaba.v1i2.144>
- Nardo, R., Yuliana, L., Ratnasari, K., Nugraha, J., Lasminingrat, A., Kusuma, H. ., Fauziridwan, M., Sudirman, A., Winata, A., Imron, A., Nursalim, A., Syahputri, A., Oktavianti, P. R. ., Zulbahri, L., Yuhendra, A., & Wardhana, A. (2024). Branding Strategy Di Era Digital. In *CV.Eureka Media Aksara*. CV. Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteuraka.com/media/publications/568062-branding-strategy-di-era-digital-2e03e3ad.pdf>
- Nilawati, & Fati, N. (2023). Metodologi Penelitian. In *Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh*. Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh.
<http://repository.pnpn.ac.id/1981/1/BUKU-AJAR-METODELOGI-PENELITIAN-2023-FIX-%281%29.pdf>
- Nisa, A. ., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226. <https://doi.org/10.31004/koloni.v2i4.568>
- Nugraha, J. ., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. ., Lestari, W. ., Khatimah, H., & Beribe, M. F. . (2021). *Teori Perilaku Perilaku Konsumen*. PT.Nasya Expanding Management.
https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf
- Nugroho, M. ., & Hidayati, L. L. . (2020). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 566–584.
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4684>
- Oktarina, M., & Nengsih, N. (2023). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Perilaku Investasi di Galeri Investasi Syariah. *Urnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2), 10–20. <https://doi.org/10.31958/mabis.v3i2.10453>
- Ontarina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren Di Universitas Wijaya Putra Surabaya. *Jurnal Mitra*

- Manajemen (JMM Online)*, 6(7), 397–407.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i7.625>
- Perayunda, I. G. A. ., & Mahyuni, L. . (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Cryptocurrency Pada Kaum Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 6(3), 351–372.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>
- Prayogo, Y., Muhatri, & Rahman, I. (2023). Perancangan Aplikasi Pengenalan Investasi Cryptocurrency Berbasis Android. *Jurnal Info Digit (JID)*, 1(3), 795–809. <https://doi.org/10.22303/upu.1.1.2021.01-10>
- Putri, D. ., Sudirman, A., Suganda, A. ., Kartika, R. ., Martini, E., Susilowati, H., Trenggana, A. F. ., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. ., Triwardhani, D., Rini, N. ., Pertiwi, W. N. ., & Roslan, A. . (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com
- Qur'ani, B. (2024). *KONSUMEN Edisi 2* (S. Suryana (ed.)). Tahta Media Group.
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). Antasari Press.
[https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Reggina, Anggraini, D., & Sulaiman, F. (2024). Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen. *Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi (INVESTASI)*, 2(1), 1–12.
<https://doi.org/10.59696/investasi.v2i1.30>
- Safitri, N. . (2023). *Manajemen Pemasaran*. K-Media. [https://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4936/1/Manajemen Pemasaran_Novi Angga Safitri%2C S.Sy.%2C M.M..pdf](https://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4936/1/Manajemen%20Pemasaran_Novi%20Angga%20Safitri%20S.Sy.%20C.M.M..pdf)
- Sahir, A. . (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
[https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book Metodologi Penelitian Syafrida.pdf](https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafri.pdf)
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru (Anggota IKAPI). www.samudrabiru.co.id
- Satriawan, N., Saputra, E., & Saputra, R. (2024). Determinasi Cloud Storage dan Infrastruktur IT terhadap Pengamanan File. *Jurnal Teknologi Dan Pengembangan*, 1(1), 26–36.
<https://inovanpublisher.org/index.php/einstein/index>
- Setiawan, F., Suwandi, W., Arip, Y., & Ayutika, R. D. . (2021). Pengantar Manajemen. In *CV. Eureka Media Aksara*. CV. Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/352611-pengantar-manajemen-11cd618b.pdf>
- Simarmata, H. M. ., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. ., Sisca, M. ., & Muliatie, Y. . (2021). *Manajemen*

- Perilaku Konsumen dan Loyalitas. In A. Karim & J. Simarmata (Eds.), *Yayasan kita menulis*. Yayasan Kita Menulis. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_0600be7420645b5cab12e582ad21bab943c51d19_1649734577.pdf
- Sitorus, S. ., Romli, N. ., Tingga, C. ., Sukanteri, N. ., Putri, S. ., Gheta, A. P. ., Wardhana, A., Nugraha, K. S. ., Hendrayani, E., Susanto, P. ., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Marketing: the Art of Branding. In *Cv. Media Sains Indonesia*. <https://eprints.unmas.ac.id/2937/1/3>. Buku Book Chapter - BRAND MARKETING THE ART OF BRANDING %281%29.pdf
- Subastiyanti, M. ., & Sutedjo, B. (2022). The Influence of Brand Image, Brand Awareness and Brand Trust on Brand Loyalty (Study on Students Using Wardah Cosmetics). *Journal of Management Studies Program Universitas Putera Batam*, 10(2), 163–170. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v10i2.5622>
- Sutrisno, N., & Nurrahmat, S. (2020). Pengaruh Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dalam Industri Perbankan Syariah. *Media Bisnis*, 12(1), 89–100. <https://doi.org/10.34208/mb.v12i1.907>
- Ulfa, L., Restita, Pujianto, A., Ulyati, A., Renatalia, Ronaldo, R., Reza, H. ., Ngii, E., Dwikotjo, F., & Suharni. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group*. Penerbit Tahta Media Group. http://repository.ubharajaya.ac.id/15361/1/EBOOK_RAGAM_PENELITIAN_SPSS.pdf
- Ulul, H. . (2018). *Statistik*. STIKes Malang. <https://itkm-wch.ac.id/wp-content/uploads/2018/12/BUKU-STATISTIK1.pdf>
- Utami, I. . (2017). *Perilaku Konsumen*. CV.Pustaka Bengawan. https://www.researchgate.net/publication/352361982_K_O_N_S_U_M_E_N_P_E_R_I_L_A_K_U_PERILAKU_KONSUMEN_INDAH_WAHYU_UTAMI
- Wada, F. ., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I. ., Lestari, S., Sudipa, I. G. I. ., Patalatu, J. ., Boari, Y., Ferdinan, Puspitaningrum, J., Ifadah, E., & Rahman. (2024). Buku Ajar Metodologi Penelitian. In *PT. Sonpedia Publishing Indonesia* (Issue January). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://www.researchgate.net/publication/377223521_BUKU_AJAR_METODOLOGI_PENELITIAN
- Wardhana, A. (2024a). Brand Management in The Digital era-Edisi Indonesia. In M. Pradana (Ed.), *Brand Awareness*. CV. Eureka Media Aksara. https://www.researchgate.net/publication/383869703_BRAND_AWARENESS
- Wardhana, A. (2024b). Brand Management in The Digital Era-Edisi Indonesia. In *Brand Loyalty* (Pradana,M, pp. 339–356). CV. Eureka Media Aksara. https://www.researchgate.net/publication/383870215_BRAND_LOYALTY
- Wardhana, A. (2024c). Brand Management In The Digital Era-Edisi Indonesia. In

M. Pradana (Ed.), *Brand And Branding*. CV. Eureka Media Aksara.
https://www.researchgate.net/publication/383869792_BRAND_AND_BRANDING

Wibisono, S., Clarita, T., & Sulistiono. (2021). Pengaruh Brand Association, Brand Reliability, Dan Brand Intention Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Indihome Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 673–682.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.2062>

Widari, S., Farida, U., & Setiawan, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Brand Identity, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Oppo Di Ponorogo. *Jurnal AKTUAL*, 20(2), 1–13.
<https://doi.org/10.47232/aktual.v20i2.264>

Widiana, M. . (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. CV.Pena Persada.
<http://eprints.ubhara.ac.id/1291/>

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish CV.Budi utama. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/3895/>

