

## DAFTAR PUSTAKA

- Efendy, P., & Suryadinata, Y. A. (2015). *Analisa Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty di Restoran D'Cost Surabaya*.
- Handayani, S., & Martini, I. (2015). *Analisis Faktor Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomart (Studi Kasus di Kota Semarang)*.
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel di Grapari Samarinda). *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4).
- Heriyati, P., & Septi. (2012). Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian. *Journal of Business Strategy and Execution*, 4(2).
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie Di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 57(1).
- Juari, R. (2010). *Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Pembentukan Loyalitas Merek Apple di Yogyakarta*. 1(1).
- Larasati, J. Z., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Queen Apple (Studi Pada Konsumen Kue Queen Apple Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murtiningsih, D., Moeljadi, Noermijati, & Rofiaty. (2016). The Effect of Brand Trust and Brand Loyalty (Studies in The University of Budi Luhur Jakarta). *International Journal of Business, Economics and Law*, 11(2).
- Noor, M. F. (2014). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty

- King Thai Tea Bandung. *Image*, 3(2).
- Novalina, D., Rahmidani, R., & Tasman, A. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Vaseline Hand & Body Lotion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ecogen*, 1(2).
- Pratiwi, D. M., Saerang, D. P. ., & Tumewu, F. (2015). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty (Case of Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).
- Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah Pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi Kasus di Kantor Cabang Agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3).
- Ramadhan, M. A. F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ekolabel (Studi Pada Produk PT Ultrajaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 57(1).
- Rasyid, C. A., & Lutfie, H. (2018). Pengaruh Brand Image dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warunk Dakora Bandung Tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(1).
- Rizan, M., & Nopiska, Y. (2011). Pengaruh Citra dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek: Survei Pelanggan Lux Cair di Carrefour MT. Haryono. *econoSains*, IX(1).
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Andi.

- 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).
- Sibagariang, S. C. H., & Nursanti, T. D. (2010). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada PT Bank Sinarmas. *Journal The Winners*, 11(2).
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2019). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus Journals*, 32(1).
- Topbrand-award.com. (2019). *Toko Roti/Bakery Fase 2 2019*. Diakses Pada 04 Maret 2020, Dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/toko-Roti-Bakery-Fase-2-2019/>. <https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/toko-roti-bakery-fase-2-2019/>
- Upamannyu, N. K., Gulati, C., & Mathur, G. (2014). Effect of Brand Trust, Brand Image on Customer Brand Loyalty in FMCG Sector at Gwalior Region. *Scholars World-IRMJCR*, II(II).
- Utomo. (2018). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Mie Instan Indomie (Studi Pada Masyarakat Kota di Kebumen)*.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, VIII(1).

Wijowarastro, H., & Murti, D. C. W. (2014). *Pengaruh Elemen Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Adidas Originals (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3 Foil Indonesia Terhadap Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals)*.

Yuanita, B. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*.

