

DAFTAR PUSTAKA

- Bawazier, F. A. A. B. (2019). Pengaruh Brand Personality dan Brand Association Terhadap Brand Preference, Melalui Value-Image Congruence dan Brand Familiarity. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Debby Erika Saunders. (2018). *KECINTAAN MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN PETRA TERHADAP MEREK APPLE*. 6.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 : Update PLS Regresi*. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Hendryadi, H. (2017). *Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.47>
- Herdiana. (2018). *Uji Asumsi Klasik*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Ima Utin Hanifa, A. K. (2019). *ANALISIS PENGARUH KETERIKATAN MEREK, IDENTIFIKASI MEREK, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI BRANDED APPS PADA APLIKASI SHOPEE INDONESIA*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/25981>
- Lewarissa, A. (2017). *Pengaruh Brand Love Konsumen Dalam Mediasi Merek Acer Aspire melalui Customer Satisfaction, Brand Loyalty, dan Word Of Mouth*.
- Munasinghe, N. S. (2018). The Impact of Brand Personality on Brand Preference: A Study on Personal Care Products. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9–11.
- Rehan Pradipta W. (2020). Pengaruh Diskriminasi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Internet Indihome. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*.
- Ruiz Molina. (2017). The Role of Brand Trust and Brand Attachment. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 45, 608–625.

Silvana Hanifah, Agus Rahayu, P. D. D. (2018). *GAMBARAN BRAND EXPERIENCE DAN BRAND LOVE IPHONE PADA KOMUNITAS FANSPAGE FACEBOOK IPHONEINDONESIA*.

https://www.researchgate.net/publication/340704953_GAMBARAN_BRAND_EXPERIENCE_DAN_BRAND_LOVE_IPHONE_PADA_KOMUNITAS_FANSPAGE_FACEBOOK_IPHONE_INDONESIA/fulltext/5e99b7be299bf13079a216c3/GAMBARAN-BRAND-EXPERIENCE-DAN-BRAND-LOVE-IPHONE-PADA-KOMUNITAS-FANSPAGE-

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Suliyanto. (2018). *Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas. In Ekonometrika Terapan*.

Vischa Adha Howardi. (2018). *PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP BRAND LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH BRAND TRUST*".

Wirachmanova, B. P. (2018). Pengaruh Brand Trust dan Brand Attachment terhadap Offline dan Online Loyalty. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*.

Wirawan, I. D. G. K. (2019). *PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK, KECINTAAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH*.
<https://ojs.ikipgribali.ac.id/index.php/socialstudies/article/view/742>

Yasri, Rahmiati dan Devi, S. (2016). *PENGARUH KOMUNITAS MEREK (BRAND COMMUNITY) DAN PERSONALITAS MEREK (BRAND PERSONALITY) TERHADAP LOYALITAS MEREK ORIFLAME DI KOTA PADANG*.
https://www.researchgate.net/publication/335307551_PERAN_BRAND_TRUST_DALAM_MEMEDIASI_BRAND_EXPERIENCE_BRAND_PERSONALITY_DAN_BRAND_COMMUNITY_TERHADAP_BRAND_LOYALTY

Yuwanto, L., & H. (2017). *Uji Normalitas. In Panduan Statistik*.
<https://files.osf.io/v1/resources/deuxv/providers/osfstorage/5b684afe7e433e00150608d4>