

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); 1st ed., Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Alfia, Nur, J. D. (2023). Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Reslaj: Religion Eiducation Social Laa Roiba Journal*, 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Alfian, A., & Susanti, R. (2023). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Oppo Di Risel Cell Kec. Sangir Kab. Solok Selatan. *Jurnal Economina*, 2(2), 666–677. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.350>
- Alwathoni, R. H. (2021). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Nasabah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ananta, D., & Respati, R. (2023). Pengaruh *Brand Image, Brand Satisfaction* Dan *Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Financial: E-Wallet*. *Manajemen*, 12(8), 753–777.
- Arifin, moh. S. (2021). Strategi Komunikasi Branding Perguruan Tinggi. *Al-Ibrah*, 6(235), 245.
- Azizah, S., Ika, N., Wardhani, K., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). *The Influence of Brand Image and Brand Trust on Buying Interest in Bukalapak E-Commerce in Surabaya Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bukalapak Di Surabaya*. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 692–699.
- Azizah, S. S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty M-Banking Bank Mandiri Syariah (Studi pada Nasabah Pengguna M-Banking BSM KC Jember)*. [Institut Agama Islam Negeri Jember]. [http://digilib.uinkhas.ac.id/18464/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/18464/1/Siti Shoimatul Azizah_E20161087.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/18464/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/18464/1/Siti%20Shoimatul%20Azizah_E20161087.pdf)
- Bagus Angga, Primanda Kusuma, & Ngurah Putu Miartana, I. (2018). *Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceive Quality, Brand Association, Brand Preference dan Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 100–120. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Candra, C., Amil, A., & Iswanto, D. (2019). Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel Di Kantor PT. Grapari Mataram). *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 1(1), 29–42. <https://doi.org/10.31764/jgop.v1i1.943>
- Chandra, R. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Magnum Blue Di Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi*, 2(1), 40–49. <https://doi.org/10.33059/jensi.v2i1.933>
- Chen, N., Wang, Y., Li, J., Wei, Y., & Yuan, Q. (2020). *Examining structural*

- relationships among night tourism experience, lovemarks, brand satisfaction, and brand loyalty on “cultural heritage night” in South Korea. Sustainability (Switzerland), 12(17), 1–23.*
<https://doi.org/10.3390/SU12176723>
- Ghozali, M., Azmi, M. U., & Nugroho, W. (2019). Perkembangan Bank Syariah Di Asia Tenggara: Sebuah Kajian Historis. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8700>
- Handoyo, H. (2018). Pengaruh Pengalaman, Kepercayaan, Citra Terhadap Loyalitas Merek Dan Dampaknya Terhadap Sikap Konsumen Pada Perluasan Merek Obat Flu Dan Batuk. *JEBI | Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 13(1), 12–24. <https://doi.org/10.36310/jebi.v13i1.92>
- Hidayanti, I., Nuryakin, & Farida, N. (2018). A study on brand commitment and brand trust towards brand loyalty of branded laptop in Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3), 270–278. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is03/art-25>
- Kwan Soo Shin, S., Amenuvor, F. E., Basilisco, R., & Owusu-Antwi, K. (2019). *Brand Trust and Brand Loyalty: A Moderation and Mediation Perspective. Current Journal of Applied Science and Technology*, 38(4), 1–17. <https://doi.org/10.9734/cjast/2019/v38i430376>
- Lidayanti, B. P. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Costomer Loyalty* Tokopedia Pada Karyawan PT. Pendopo Kawatama Sinergi. *Bisnis & Teknologi*, 13, 1–23.
- Lotaknio, R. A. N., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Identification* Dan *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Di Kedai Kopi Jokopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan*
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4612%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4612/4611>
- Lulut Widhayani, Erwin Syahputra, & Anita Sumelvia Dewi. (2022). Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di Pt Intisumber Hasil Sempurna (Ihs) Kediri. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(3), 19–35. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v4i3.388>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Musfiroh, I. (2019). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Malang. In *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part J: Journal of Engineering Tribology* (Vol. 224, Issue 11).
- Naimah, R. J., Haryanto, R., & Rachman, G. A. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Kalsel Banjarmasin. *Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 10–18.
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>

- Ojk.go.id. (n.d.). *Sejarah Perbankan Syariah*. Ojk.Go.Id. Retrieved September 23, 2023, from <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- PARULIAN, R. Y. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gildak Rawanangun). In *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)*. <http://repository.stei.ac.id/5844/>
- Poernomo, T. T., & Setyadarma, B. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Sapi Murni KUD Mekar Sari, Pujon Malang. *Sebatik Vol. 25 No. 1 Juni 2021 ISSN: 1410-3737(p) 2621-069X(E)*, 25(1), 221–228. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1336>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek *brand image* terhadap kepuasan pembelian motor. *Feb Unmul*, 14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Pramezuary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). *Brand Trust* dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Putri, J. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Dukungan Selebriti, Dan Kualitas Produk Kosmetik Scarlet Whitening (Studi Kasus Pada Wanita di Kota Tangerang dan Kota Tangerang Selatan). *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Qortun. (2021). *Kajian Teori: Pengertian, Contoh & Cara Membuat*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/kajian-teori/>
- 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), 121. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2834>
- Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>
- Ramadhani, R. N., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Survei pada Konsumen KCF Kedaton Bandar Lampung. 01(01).
- Rodiques, Y., & Rahanatha, G. B. (2018). Peran *Brand Trust* Memediasi Hubungan *Brand Image* Dan *Brand Loyalty* (Studi pada Konsumen Iphone di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1310. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p07>
- Santoso, T. A., & Mardian, I. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 79–88. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i1.2789>
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand*

- Ambassador, BrandSari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Yohana F. C. P. Meilani., Innocentius Bernarto, Margaretha P. Berlianto, & Ian N. Suryawan, R. R. M. (2020). *The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty*. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Yusuf, I. M., & Purwanto, S. (2023). *The Influence Of Brand Trust And Brand Image On Brand Loyalty Of Sunlight Soap In Sidoarjo Regency*. *Journal of Social Research*, 2326–2347.
- Zahro, F., & Mellinda, W. (2021). Persepsi Mahasiswa FTIK IAIN Jember dalam Memahami Kompetensi Guru yang Berkualitas. *AKSELERASI: Jurnal Pendidikan Guru MI*, 2(1), 22–36. <https://doi.org/10.35719/akselerasi.v2i1.77>

