

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Mitra Utama.
- Aji, A., & Fauzi, A. (2019). Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas (Survei Pada Anggota Komunitas Motor Honda Tiger Neo Gat's Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Ajzen, & Fishbein. (1975). *The influence of attitudes on behavior*. In Albarracin, D., Johnson, BT., Zanna MP. (Eds), *The handbook of attitudes*. Lawrence Erlbaum Associates.
- amin ariyanti, R., Untuk, N., & Menggunakan, B. (2017). *Program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah purworejo 2017*.
- Anggi, Y., & Khoiriyah, S. S. (2018). Brand Influence of Personality on Brand Trust, Attachment Brand, Brand Commitment, and Brand Loyalty. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 18(2), 114–125. www.beverage-digest.com
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek edisi revisi VI* Jakarta:: Rineka Cipta. Arsyad, A (2005). *Media Pembelajaran. Jakarta. PT ...*
- Aziah, F. N., & Ama, S. (2021). *Analisis Perbandingan Brand Personality Smartphone Samsung dan Apple*. 6(1), 210–222.
- Baloch, Q. B. (2017). *Pengaruh faktor-faktor Consumer-Based Chain Restaurant dan Brand Equity terhadap Brand Trust melalui Brand Reputation*. 11(1), 92–105.
- Brakus, J., Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2019). Brand Experience: What is it ? How is it measured ? Does it affect Loyalty ? America: America Marketing Assosiation. *Journal of marketing*, 73.
- Budi, S. C., Hidayat, Z., & Mani, L. (2021). The Effects of Experience and Brand Relationship to Brand Satisfaction, Trust and Loyalty Shopping Distribution of Consumer Philips Lighting Product in Indonesia. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 115–124. <https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.115>
- Cetin, & Dincer. (2018). *Anatolia : An International Journal of Tourism and*

- Hospital Research Influence of Customer Experience on loyalty and word of mouth in hospital operations. *Journal of Tourism & Hospitality*, 25, 37–41.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. (2017). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *The Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Competence, B., Liking, D. A. N. B., & Ca, N. I. M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 10(2), 178–185. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5916>
- David, & Rangkuti. (2018). *Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh*. Salemba Empat.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan L. J. B. (2019). *Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia.
- Dwiki, D. P. (2021). Hubungan Antara Brand Trust Dengan Brand Loyalty Pada Pengguna Smartphone Samsung. *Jurnal Utilitas*, 7(2), 26–34.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Press.
- Fithrotudiniyah, Andriani, S., & Reno Kemala Sari, P. (2019). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Personality Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 29–35. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.518>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2018). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya*. Erlangga.
- Gultom, D. K., & Hasibuan, Pratiwi, L. (2021). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 3(1), 214–225.
- Gunawan, G., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Brand Communication Dan Brand

- Image Dalam Membangun Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Mediator Pada Brand Pocari Sweat di Surabaya. *Agora*, 9(2). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11719%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/viewFile/11719/10320>
- Hermawan, M. F. H., Laksana, T. G., & Wiguna, C. (2019). Deteksi Kerusakan Handphone Samsung Melalui Sistem Pakar Menggunakan Kombinasi Algoritma K-Nearest Neighbor Dengan Case Based Reasoning. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.29100/jipi.v4i1.1031>
- 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>
- Jogiyanto, H. (2017). *Metodologi penelitian bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi pertama*. BPFPE.
- Juwairiyah, S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Kotler, & Keller, K. L. (2018a). *Marketing Management. In Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018b). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. PT Indeks.
- Kusuma, A., Pratiwi, A., & Merek, P. K. (2018). Agmertya Kusuma Ayu Pratiwi dan Saino; Pengaruh Kepercayaan Merek *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1725–1736.
- Kusuma, Y. S. (2018). Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya. *Jurnal manajemen pemasaran*.
- Lau, & Lee. (2018). Consumers trust in a brand and the link to brand loyalty.

Journal of Market Focused Management.

- Mahyarni. (2018). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal ELRiyasah*, 4(1), 13–23.
- Mahyarni. (2020). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Muniz, & O'Guinn. (2019). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 427.
- Murtopo, A. S., & Muzakki, M. H. N. (2021). Online Consumer Behavior in Buying Samsung Smartphones. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(7).
- Novianto, E. N. (2021). Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A10s (The Influence Of Brand Image, Quality Perception, Product Features On Purchase Decisions Through Consumer Trust On The Samsung Galaxy A10s Smartphone). *Jurnal Ekonomi Unisia*, 22(2), 223–249.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259>
- Prawoto., A. T. B. dan N. (2019). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Rajawali Pers.
- Pujiyanti. (2018). *Pengaruh Brand Reputation, Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Pengguna Kartu Simpati Loop Di Kota Semarang*.
- Putra, T. W., & Keni. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomu dan Bisnis*, 4(1).
- Rachman, R. K., & Wahyono. (2017). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Reputation Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust (Study Pada Pengguna XL Di Semarang). *Management Analysis Journal*, 6(1), 56–66.

- Rahmiati, Y., & Sylvia, D. (2017). Pengaruh Komunitas Merek (Brand Community dan Personalitas Merek (Brand Personality) terhadap Loyalitas Merek Oriflame di Kota Padang. *Jurnal Kajian Management Bisnis*, 3(1), 110.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2018). Peran Brand Trust Dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 185. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.185-202>
- Riadi, E. (2017). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Edisi 1. Andi.
- Ryan, P. (2019). Pengaruh Brand Experience Brand Personality Traits Brand Prestige, Brand Trust, Customer Satisfaction Terhadap brand Loyalty Cafe Starbucks di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 8(1), 766–783.
- Samsung Center Padang. (2022). *Samsung Center Padang*.
- Sanjaya, V. F., & Hernita, S. J. (2020). Online Consumer Review, Brand Community, Trust and Consumer Purchase Decisions in Indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(02), 276. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i02.945>
- Schiffman, & Kanuk. (2017). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4 ed.). Selemba Empat.
- Sidabutar, C. B., & Dharmayanti, D. (2019). Analisa Pengaruh Brand Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Trust, Customer Satisfaction Dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Pada Kiehl's Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–10.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* Cetakan 17. Bandung: CV Alfabeta.
- Susanti, A., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Experiential Marketing

- Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1), 32–40.
- Sutanza, B. (2019). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence Dan Brand Liking Terhadap Brand Loyalty Kendaraan Niaga Merek Mitsubishi (Studi Pada Pemilik Kendaraan Niaga Mitsubishi di Semarang). *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis*, 11(1), 18–27.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Wikamorys, & Rochmach. (2017). *Aplikasi theory of planned behavior dalam membangkitkan niat pasien untuk melakukan operasi katarak*.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN
