

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, Hasan. “*Consumer’s Trust in the Brand: Can It Be Built through Brand Reputation, Brand Competence and Brand Predictability*” Vol. 3, no. No. 1 (2010).
- Agustin, Isnaini Nuzula, Lily Purwianti, and Kenny Marcella. “Pengaruh *Perceived Quality, Brand Satisfaction, Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty*” 12 (2023).
- Alfian, and Refni Susanti. “Pengaruh *Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Oppo Di Risel Cell Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan*” Vol. 2, no. 2 (2023).
- Al-Qur’an Kemenag 2019*, n.d.
- Andriani, Meta, and Frisca Dwi Bunga. “Faktor Pembentuk *Brand Loyalty: Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust Dan Brand Image (Telaah Pada Merek H&M Di Kota DKI Jakarta)*” Vol. 2, no. 2 (2017).
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2021.
- Azizah, Siti Shoimatul. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty M-Banking Bank Mandiri Syariah (Studi Pada Nasabah Pengguna M-Banking BSM KC Jember)*. Jember, 2020.
- Batubara, Muhammad Fauzan, and Kharisma Nasionalita. “Pengaruh *Brand Trust Indihome Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Bandung*” Vol. 3, no. 2 (2016).
- Bryan, Nico Michael, Keni Keni, Edi Surya Negara, and Purnama Dharmawan. “Pengaruh *Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, Dan E-Wom Terhadap Brand Loyalty Dompot Digital.*” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 1 (April 13, 2023): 17–29. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22067>.
- Cohen, Louis, Lawrence Manion, and Keith Morrison. *Research Methods in Education*. Routledge: New York, 2018.
- Darwin, Muhammad, Marianne Reynelda Mamondol, Salman Alparis Sormin, Yuliana Nurhayati, Hardi Tambunan, Diana Sylvia, I Made Dwi Mertha Adnyana, Budi Prasetyo, Pasionista Vianitati, and Antonius Adolf Gebang. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2020.

- Fahmi Rizanata, Muhamad. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Word Of Mouth*, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret di Surabaya." *Journal of Business and Banking* 4, no. 1 (September 1, 2014): 31. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i1.291>.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Ke-1. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Giam, Howard Sarmiento, and Ririn Breliastiti. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Tipe Industri Terhadap *Corporate Information Transparency On The Internet (e-CTI)* Perusahaan LQ45" Vol. 8, no. 2 (2017).
- Gultom, Dedek Kurniawan, and Lidya Pratiwi Hasibuan. "Pengaruh *Brand Experience Terhadap Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone," 2021.
- Harahap, Dita Sayidina. *Pengaruh Brand Trust Dan Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. Medan, 2019.
- Hayati, Annur Fitri, and Ridha Saputri. "Analisis Pengaruh Harga Dan *Brand Trust* Terhadap Perilaku Peralihan Merk Lisptik Revlon Pada Mahasiswa" Vol. 11, no. 2 (2021).
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Cetakan Ke-1. Jakarta: :Raja Grafindo Persada, 2013.
- Herniyanti, Herniyanti, Putut Pamilih Widagdo, and Vina Zahrotun Kamila. "Pengukuran Penerimaan Website Mulawarman Online Learning System (MOLS) Pada Universitas Mulawarman Menggunakan *Theory Of Planned Behavior (TPB)*." *Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI)* 2, no. 1 (June 26, 2023): 1–10. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.274>.
- Hoy, Wayne K, and Megan Tschannen Moran. "*Five Faces of Trust An Empirical Confirmation in Urban Elementary Schools*" 9 (1999).
- Ibrahim, Andi, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, and Darmawati. *Metodologi Penelitian*. Cetakan Ke-1. Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018.
- Jabnabillah, Faradiba, and Nur Margina. "Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Kemandirian Belajar Pada Pembelajaran Daring" Vol. 1, no. 1 (2022).

- Japarianto, Edwin, and Fenicia Agatha. "Pengaruh *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Shopee Di Surabaya." *Surabaya*, n.d.
- Juhaidi, Ahmad, Muhammad Rizki Rezani, Anggia Hefi Pratiwi, and Julianti. "Story Dan Status Pada Sosial Media Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari (Studi Tentang Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Partisipasi E-Wom Mahasiswa)" Vol. 9, no. 23 (2023).
- Juhaidi, Ahmad, Syaifuddin, Salamah, Hidayat Ma'ruf, Muhammad Yuseran, Shapiah, Raihanatul Janah, et al. "*The Effect of Brand Personality, Brand-Self Congruity, and Brand Love on E-WOM in Islamic Higher Education in Indonesia: A Mediating Effect of Brand Trust.*" *Social Sciences & Humanities Open* 10 (2024): 100955. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100955>.
- Junia, Yusi Intan. "Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pocari Sweat Di Jakarta" Vol. 5, no. 4 (2021).
- Kayawati, Lilis, and Esa Kurnia. "Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah" 3, no. 3 (2021).
- Kusuma, I Made Wijaya, I Gusti Ayu Wimba, and Putu Yudy Wijaya. "*The Role of Brand Image and Brand Trust Through Electronic Word of Mouth in Creating Parent's Interest to Sending Children to School*" Vol. 35 (2022).
- Marpaung, Sri Wahyuni. *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada PT. Syariah Indonesia (BSI) (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan)*. Medan, 2021.
- Martin, William and Yenita. "Pengaruh *Trust* dan *Product Information Quality* terhadap *Brand Loyalty* yang Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Konsumen Pengguna Perangkat Laptop ASUS di Indonesia." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 6, no. 5 (October 29, 2022): 531–35. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20319>.
- Masitoh, Dewi and Kurniawati. "Pengaruh *Brand Experince* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Perceived Quality* Dan *Brand Trust* Pada Pengguna E-Wallet Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 1 (February 4, 2023): 1133–46. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15620>.
- Mujahidin, Ali ., Fifi . Zuhriah, and Ifa . Khoirianingrum. "Pengaruh Citra Perguruan Tinggi dan Kompetensi Dosen terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada

- IKIP PGRI Bojonegoro)." *Al Tijarah* 4, no. 2 (December 1, 2018): 49. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v4i2.2828>.
- Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif" Vol. 13, no. No. 2 (2014).
- Octavian, Adhit. "Analisis Loyalitas Pelanggan *Online shop* Shopee," n.d.
- Oktavia, Vidya Dara, Sarsono, and Marwati Fithri Setya. "Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan, Kepercayaan Pada CV Cipta Kimia Sukoharjo" Vol. 6, no. No. 1 (2022).
- Pratama, Rendi, Siti Ayu Aisyah, Putra Agung Mandala, Sirodj Rusdy A., and Afgan M. Win. "*Orrelational Research*" Vol. 6, no. 3 (2023).
- Pujihastuti, Isti. "Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian" Vol. 2, no. No. 1 (2010).
- Putra, I Wayan Govinda Gotama, and Eka Sulistyawati. "Peran *Brand Trust* Memediasi Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty*" Vol. 8, no. 7 (2019).
- "Quran NU." Accessed June 26, 2024. <https://quran.nu.or.id/asy-syuara/183>.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Ratnawati, Alifah, and Annisa Ayu Lestari. "Peran *Brand Trust* Dalam Memediasi *Brand Ekperience*, *Brand Personality* Dan *Brand Community* Terhadap *Brand Loyalty*" Vol. 19, no. No. 2 (2019).
- Ratnawati, Sri Endah. "Tingkat Loyalitas Mahasiswa Atas Jasa Pendidikan Di Perguruan Tinggi," no. 2 (2007).
- Sakinah, Nurul Laela, and Dadang Suhardi. "Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua" Vol. 1, no. No. 1 (2018).
- Santoso, Aprih, and Nunik Kusnilawati. "Evaluasi Determinan Kepuasan Mahasiswa." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 7, no. 1 (December 31, 2020). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i1.28179>.
- Saputra, Muhammad, and Anandha Sartika Putri. "Strategi Peningkatan Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung." A. S. 14, no. 225 (2023).

- Seduram, Linda, Abdullah Al Mamun, and Anas A. Salameh. "Predicting Smartphone Brand Loyalty Using Four-Stage Loyalty Model," 2022.
- Shelly. *Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Merek Philips*. Batam, 2022.
- Sinaga, Dameria. *Buku Ajar Statistik Dasar*. UKI Press, 2014.
- Sitaniapessy, Arthur, Zany Irayati Aunalal, and Harry A P Sitaniapessy. "Pengaruh Kepercayaan, Kecintaan dan Keterikatan Emosional pada Loyalitas Merek," n.d.
- Sitorus, Sunday Ade, Nada Arina Romli, and Chairul Pua Tingga. *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Soon-Ho, Kim, Kim Minseong, Stephen Holland, and Kyle M. Townsend. "Consumer-Based Brand Authenticity and Brand Trust In Brand Loyalty in The Korean Coffee Shop Market" Vol. 20, no. No. 10 (2020).
- Supardi. "Populasi Dan Sampel Penelitian," no. No. 17 (1993).
- Supertini, Ni Putu Sri, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini. "Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja." *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (July 6, 2020): 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>.
- Thoifah, I'anatut. *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Madani: Malang, 2015.
- Ulfah, Maria. *Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Anggota IPPNU Kabupaten Bantul Pengguna Aplikasi Gojek)*. Yogyakarta, 2020.
- Walangare, J L, S Moniharapon, and F Roring. "Analisis Pengaruh Faktor Kepuasan, Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di The Coffee Bean Mantos" 7, no. 1 (2019).
- Widana, I Wayan, and Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media: Jawa Timur, 2020.
- Yohanna, and Setiawan Ruslim. "Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Gucci" Vol. 3, no. 2 (2021).
- Yolanda, Vellisa, and Keni Keni. "Customer Brand Engagement Dan Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Loyalty Skincare Lokal: Variabel

Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 2 (October 31, 2022): 380–93. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.19506>.

Yousaf, Anish, Abhishek Mishra, and Makhmoor Bashir. “*Brand Trust, Institutional Commitment, and Their Impact on Student Loyalty: Evidence for Higher Education in India.*” *Studies in Higher Education* 45, no. 4 (April 2, 2020): 878–91. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1558441>.

Yousal, Anish, Abhishek Mishra, and Makhmoor Bashir. “*Brand Trust, Institutional Commitment, and Their Impact on Student Loyalty: Evidence for Higher Education in India*” Vol. 45, no. 4 (2020).

Zakariah, M. Askari. *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Pondok Pesantren Al MawaddahWarrahmah Kolaka, 2021.

Zulkarnaini, Zulkarnaini, and Rhini Fatmasari. “Pengaruh Layanan Akademik dan Citra Institusi terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Terbuka.” *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 3 (September 1, 2021): 1285. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1285-1294.2021>.