

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, M., & Dwbunga, F. (2018). Faktor Pembentuk Brand Loyalty : peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust dan Brand image (telaah pada merek h&m di kota dki jakarta). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 157. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.428>
- Andriani, M., & Dwbunga, F. (2018). Faktor Pembentuk Brand Loyalty : peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust dan Brand image (telaah pada merek h&m di kota dki jakarta). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 157. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.4285>
- Ani, et al, (2021) *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* Volume 2, No. 2 Juni 2014.
- Bagus Nurcahyo, (2018) Analisis dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word Of Mounth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion, *Jurnal Nusamba* Vol.3 No.1 April 2018.
- Dwiky Disastra, 2022. Pengaruh Citra Merk dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Startegy Of Management And Accounting Through Research And Technology (SMART)*
<https://doi.org/10.33365/smart.v1i2.1702>
- Hadi, Prasetyo dan Sumarto. 2010. "Pentingnya Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Ulang". *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* Vol.10 No.1
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2018. *Manajemen Pemasaran* Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Muchlisin Riadi. (2020). *Digital Marketing (Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi dan Strategi)*.
- Qurbani dan Pasaribu. 2019. Pengaruh Brand Image dan Brand Trush 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) dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 2 nomor 3*. Tangerang Selatan: Prodi Manajemen Universitas Pamulang
- Qurbani dan Pasaribu. 2019. Pengaruh Brand Image dan Brand Trush Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang
- Suryani, Tatik (2017). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D'. Alfabeta. Bandung.
- Suryani, Tatik (2017). Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran Yogyakarta : Graha Ilmu.