

DAFTAR PUSTAKA

- A.Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity* (A. D. of S. & S. Inc. (ed.)). Phoebe Y. https://www.academia.edu/38495140/Managing_Brand_Equity_David_A_Aaker
- Annur, C. M. (2022). *Apa yang Membuat Konsumen Setia Pakai iPhone? Ini Surveinya*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/26/apa-yang-membuat-konsumen-setia-pakai-iphone-ini-surveinya>
- Bambang, Permana, P. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Personality, Brand Experience terhadap Brand Love Dampaknya pada Brand Loyalty Gayo Aceh Coffee PT. Oro Kopi Gayo Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3), 158–184.
- Christyawan, H., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Brand Satisfaction dan Brand Trust Berbasis Brand Value Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Apple Iphone di Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 75–91. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.75-91>
- Deniza, S. L. P. M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70–79.
- Fah, C. T. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING AND ITS INFLUENCE ON BRAND LOYALTY*. February. <https://doi.org/10.15604/ejss.2022.10.04.001>
- Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2021). Emotional brand attachment and brand love: the emotional bridges in the process of transition from satisfaction to loyalty. *Rajagiri Management Journal*, 15(1), 16–38. <https://doi.org/10.1108/ramj-05-2020-0024>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hsin-yu, W. (2020). *Factors influencing customer satisfaction and e-loyalty of online shopping*. https://wkuwire.org/bitstream/20.500.12540/467/1/wku_etd001_cbpm01_000428.pdf
- Kang, A. (2015). Brand Love – Moving Beyond Loyalty An Empirical Investigation of Perceived Brand Love of Indian Consumer. *Arab Economic and Business Journal*, 10(2), 90–101. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2015.04.001>
- Lumba, M. G. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 287271.
- Maharjan, K. K. & S. (2017). *CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY*. 58+6. <https://core.ac.uk/download/pdf/161421179.pdf>
- Majid, N., Sunaryo, S., & Husein, A. S. (2018). Brand Satisfaction Memediasi Pengaruh Self Congruity Terhadap Brand Loyalty. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 228. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.003>

- Moolla, A. I., & Bisschoff, C. A. (2012). Empirical Evaluation of a Model That Measures the Brand Loyalty for Fast Moving Consumer Goods. *Journal of Social Sciences*, 32(3) 341–355. <https://doi.org/10.1080/09718923.2012.11893078>
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., Gassan, D., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). No Analisis struktur kovarians indikator terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah, dengan fokus pada rasa subjektif terhadap kesehatan Title. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Nurkholish Majid, S. dan A. S. H. (2018). BRAND SATISFACTION MEMEDIASI PENGARUH SELF CONGRUITY TERHADAP BRAND LOYALTY. *Ilmiah Manajemen*, 8, 228–242. <https://www.neliti.com/id/publications/256908/brand-satisfaction-memediasi-pengaruh-self-congruity-terhadap-brand-loyalty>
- Penggunaan, P., & Dalam, G. (2018). *Jurnal KOPASTA*. 5(2), 55–64.
- Permana, P. &. (2017). ANALISIS PEMBENTUKAN BRAND LOVE PADA KONSUMEN ONLINE ART MERCHANDISE (Studi Kasus Pada Konsumen Online Art Merchandise Lokal Merek jellipeach). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–13.
- Purwanto, E., & Syam AR, M. M. (2022). Pengaruh Satisfaction, Brand Love terhadap Brand Loyalty dan Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 5(1), 17–32. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i1.434>
- Rahmat, R., & Marso, M. (2020). Hubungan Brand Experience, Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty Dalam Pespektif Four-Stage Loyalty Model (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Smartphone Di Tarakan). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 17–24. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.17-24>
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). No Analisis struktur kovarians indikator terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah, dengan fokus pada rasa subjektif terhadap kesehatan Title (Issue 1).
- Sadikin, M. R., & Aprilianto, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust Dan Brand Loyalty Terhadap Repurchase Intention Smartphone Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Feb Mercu Buana Jakarta Dan Karyawan Pt Go-Jek Indonesia). *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 3(1), 36–46. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v3i1.178>
- Siahaan, J., Marchelin, T. N., & Wijayanti, C. A. (2023). Pengaruh Brand Personality, Brand Experience, Self-Brand Connection, Brand Love & Brand Trust terhadap Brand Loyalty Kosmetik Wardah. *Journal of Management and Business Review*, 20(1), 34–54. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i1.313>
- Stefany, S., Padmalia, M., & Effendy, J. A. (2021a). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Love Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Iphone Di Surabaya [the Effect of Brand Experience on Brand Loyalty With Brand Love As a Mediation Variables on Iphone Users in Surabaya]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 16(1), 115. <https://doi.org/10.19166/derema.v16i1.3089>

- Stefany, S., Padmalia, M., & Effendy, J. A. (2021b). PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA IPHONE DI SURABAYA [THE EFFECT OF BRAND EXPERIENCE ON BRAND LOYALTY WITH BRAND LOVE AS A MEDIATION VARIABLES ON IPHONE USERS IN SURABAYA]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 16(1), 115. <https://doi.org/10.19166/derema.v16i1.3089>
- Trisnawati, V., Sari, E. N., Azzahrah, S., & Islamyazizah, A. (2023). *Self-Esteem Pada Mahasiswa Pengguna iPhone*. 1(1), 183–196.
- Wahyuni, I. P. (2020). Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty melalui Brand Love (Studi pada Pelanggan Starbucks). *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*, 4(1), 1–17.
- Yunaida, E. (2017). *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa*. 6(2), 798–807.