

## DAFTAR PUSTAKA

- Adityamurti, E., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Penghinadran Pajak dan Biaya Agensi terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6, No 3(2010), 1–12.
- Alif Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>
- Anggoro, W. B., Suliyanto, S., & Rahab, R. (2019). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kesetiaan Merek Dimediasikan Oleh Kecintaan Merek, Kepercayaan Merek, Dan Keterkaitan Merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1369>
- Ansori. (2015). 濟無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. *Jeba*, 13(1), 1–8.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*. [www.mitrawacanamedia.com](http://www.mitrawacanamedia.com)
- Buku Metodologi penelitian kuantitatif.pdf*. (n.d.).
- Charvia, K., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Experience terhadap Brand Trust (Studi terhadap Pengguna OVO di Jakarta). *Prologia*, 4(2), 237. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6483>
- Chusniartiningsih, E., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 85–95.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Fajrin, A. (2021). *Pengaruh penggunaan endorsement terhadap loyalitas merek dengan pengalaman merek sebagai variabel moderasi pada konsumen produk kosmetik Wardah di Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/31461>
- Fauzi, F. A., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh Brand Experience Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Brand Attitude Pada Industri Penerbangan Indonesia Di Masa Pandemi Covid 19. *Ijd-Demos*, 4(1), 186–200. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i1.195>
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., Puspitasari, S. D., Leticia, L., Rusdi, F., Buang, A. H., Mahmud, Z., Seminar, P. I., Medan, I. S., Muhammadiyah, U., Utara, S., Islam, U., Utara, S., Leonard, A., Sutomo, M., Farid, F., Arizona, A., Maulina, N., ... Raflah, W. J. (2021). Pengaruh Label Halal MUI dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan oleh Masyarakat Muslim di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(2), 8. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v2i1.1137>

- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS THROUGH BRAND TRUST AS MEDIATING VARIABLE .Pdf. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(5), 631–633. <http://www.jarcds.org/abstract.php?id=1981>
- Hasania, Z., Murni, S., Mandagie, Y., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Roe Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 133–144.
- Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.436>
- Japarianto, E., Febriana Koharyanto, F., & Korespondensi, P. (2020). Analisa Pengaruh Perceived Quality Dalam Pembentukan Repurchase Intention Melalui Brand Trust Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Strategi Pemasaran*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10053>
- Khan, S. W. (2021). [www.econstor.eu](http://www.econstor.eu).
- M. Gunde, Y., Murni, S., & H. Rogi, M. (2017). Analisis Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bei (Periode 2012-2015). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 4185–4194.
- Maisur, & Umar, N. (2019). Pengaruh penerapan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja manajerial (study kasus pada usaha kecil dan menengah (ukm) di kabupaten pidie). *Jurnal Real Riset*, 1(1), 2685–1024. <http://journal.unigha.ac.id/index.php/JRR/article/view/98>
- Noor, K., & Alifah, R. (2021). The Effects of Customer Engagement and Brand Trust on Brand Loyalty: A Case Study of BPJS Healthcare Participants in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(11), 317–0324. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no11.0317>
- Novagusda, F. N., & Deriawan. (2019). Pengaruh Pemberian Label Halal, Citra Merek, Dan Kualitas Multivitamin Terhadap Minat Pembelian Konsumen Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Redoxon Di Jabodetabek). *Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi Vol*, 1(3), 344–359.
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 319–332. <https://doi.org/10.22487/jimut.v1i3.33>
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati, A. (2017). PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND SATISFACTION, BRAND TRUST DAN BRAND LOYALTY (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 20–35. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i2.1355>
- Puspita, R., Yunus, M., & Sulaiman. (2017). Loyalitas Pelanggan Telepon Selular ( Studi Kasus Pada Pengguna Samsung Di Kota Banda Aceh ). *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah*, 1(1), 46–58. <http://www.e-repository.unsyiah.ac.id/JMM/article/view/9006>
- Rahmawati, E., & Aji, S. (2015). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepuasan

- Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 246. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150204.id>
- Rizvi, W. H., Memon, S., & Dahri, A. S. (2020). Brand experience clustering and depiction of brand satisfaction, brand loyalty and emotional confidence. *Foundations of Management*, 12(1), 111–124. <https://doi.org/10.2478/fman-2020-0009>
- Satyadharna, A. A. (2014). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek Dan Ekuitas Merek Mi Instan Indomie Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya*, 3(1), 1–19.
- Seka, E. A. (2020). Peran kepuasan pelanggan sebagai mediasi pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek. *Management and Business Review*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.3374>
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- Siti Zanariah Haji Yusoff, Nor Azura Adzharuddin, & Jusang Bolong. (2014). Faktor Pencetus Perilaku Pencarian Maklumat Produk Halal Dalam Kalangan Keluarga Islam Abstrak. *Global Media Journal – Malaysian Edition*, 3(2), 69–82.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, drs S. (2016). metode penelitian. In *metode penelitian* (Vol. 232). <http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/08/Methodologi-Penelitian-Komprehensif.pdf>
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung). *Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25–38.
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 62–69. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.62-69>
- Valerry, M. C., & Moeliono, N. N. K. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bradermaker. *EProceedings of Management*, 8(5), 5596–5601.
- Wahyuni, Dwi, Hamidah, N.U., dan Ika, R. (2014). Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1–10.
- Widyastuti, A. (2012). Analisis Hubungan Antara Produktivitas Pekerja Dan Tingkat Pendidikan Pekerja Terhadap Kesejahteraan Keluarga Di Jawa Tengah Tahun 2009. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 1–11. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Wijaya, P. cahya, Hussein, A. S., & Yuniarinto, A. (2022). The Effect of Brand Experience on Brand Loyalty in Indonesian automotive Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction and Brand Trust. *Journal of Business and Management Review*, 3(2), 106–118. <https://doi.org/10.47153/jbmr32.3002022>
- Wijoyo, H. (2020). Implementasi Mett Ā Sutta Terhadap Metode Pembelajaran Di. *Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(March), 1–13. [https://www.researchgate.net/profile/Hadion-Wijoyo/publication/344804871\\_IMPLEMENTASI\\_METTA\\_SUTTA\\_TERHADAP\\_METODE\\_PEMBELAJARAN\\_DI\\_KELAS\\_VIRYA\\_SEKOLA](https://www.researchgate.net/profile/Hadion-Wijoyo/publication/344804871_IMPLEMENTASI_METTA_SUTTA_TERHADAP_METODE_PEMBELAJARAN_DI_KELAS_VIRYA_SEKOLA)

H\_MINGGU\_SARIPUTTA\_BUDDHIES/links/5f91313a92851c14bcdb1ed  
4/IMPLEMENTASI-METTA-SUTTA-TERHADAP-METODE-  
PEMBELA

Sugiyono. (2017). *"Analisis Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:  
Alfabeta

Zultilhansyah, & Haryanti, I. (2020). Jurnal manajemen dewantara. *Jurnal Manajemen  
Dewantara*, 4(2), 90–97.