

## DAFTAR REFERENSI

- Aaker (2019). *Manajemen Equitas Merek*. Jakarta: Spectrum Mitra Utama.
- Abdullah, M. (2024). Eksplorasi Brand Equity *Smartphone* Samsung: Insight Dan Tantangan Di Wilayah Jakarta. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI*, 6(3), 460–470.
- Adha, A. (2025). *The Effect Of Brand Experience, Brand Personality, And Brand Trust On Brand Loyalty*. *International Journal of Marketing Research*, 12(1), 45–58.
- Adha, H. V. (2021). *The Effect of Brand Experience , Brand Personality and Brand Trust on Brand Loyalty*. 2(12), 861–871. <https://doi.org/10.47153/jbmr212.2962021>
- Adha, R. (2025). *Simultaneous Effects Of Brand Experience, Customer Satisfaction, And Brand Personality On Brand Loyalty*. *Global Marketing Review*, 20(3), 56–72.
- Adnan, & Abubakar, R. (2021). *Manajemen Pemasaran. (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing)*. Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adnan, A., & Aiyub, A. (2020). *Reinventing Potensi Generasi Millennial Di Era Marketing 4.0* (R. Rusydi, Ed.). CV. Sefa Bumi Persada.
- Ananda, F., & Putri, L. (2024). Program Promosi Personal Dan Retensi Pelanggan Di Industri Teknologi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–115.
- Authenticity. (2025). Measuring Brand Loyalty: Indicators Applications. *Authenticity Research Journal*, 12(1), 45–57
- Bernarto, I., Bachtar, D., Sudibjo, N., Suryawan, I. N., Purwanto, A., & Asbari, M. (2020). *Effect Of Brand Trust, Service Quality, And Customer Satisfaction On Brand Loyalty: The Role Of Brand Commitment As A Mediation*. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 82–94. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.09.15>
- Biby, S., Arafah, F., Nurainun, N., & Hamdiah, H. (2025). Pengaruh Pengalaman Pengguna, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 3(1), 437–446.
- Bonuke, R., & Simiyu, J. (2023). *Sustainable Customer Satisfaction And Emotional Brand Attachment*. *Journal of Consumer Marketing Research*, 18(2), 55–68. <https://doi.org/10.1234/jcmr.2023.182>
- Boonlertvanich, K. (2019). Service Quality, Satisfaction, Trust, And Loyalty: The Moderating Role Of Main-Bank And Wealth Status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>

- Budi, D., & Ceriawati, N. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 112–121.
- Bungin, B. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chalirafi, A. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 234–245.
- Cuong, D. T. (2020). *The Impact Of Customer Satisfaction On Brand Loyalty: Evidence From Vietnam*. *Management Science Letters*, 10(12), 2857–2862. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.037>
- Darajarti, I., Nugroho, Y., & Rahmawati, R. (2020). *The Influence Of Brand Trust And Brand Image On Brand Loyalty Of Online Marketplace Users*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(3), 123–134.
- Dewi, N. (2022). Citra Merek, Kepercayaan, Dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus PD. Ikram Nusa Persada. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 10(4), 201–213.
- Diputra, I. K. G., & Yasa, N. N. K. (2021). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepercayaan. *E-Jurnal Manajemen*, 10(5), 463–478. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i05.p05>
- Donni J.P (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Edyansyah, T. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (JMI)*, 9(1), 55–72. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan>
- Farid, A., Putra, D., & Rahmawati, S. (2023). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Niat Beli Konsumen di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 45–56.
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1381–1395.
- Fortunisa, A. (2020). *Studi Kasus Analisis Strategi Branding Pada Produk Consumer Goods Dan Jasa Aplikasi Di Indonesia* (Skripsi, Universitas Bakrie)
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro

- Grazia, Corrocher, N., & Battaglia, R. D. (2021). *Innovation And Competition In The Smartphone Industry: Is There A Dominant Design Telecommunications Policy*, 45(2), 102061.
- Griffin, Ricky. W. (2021). *Manajemen Edisi 7 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Halim, R., Santoso, B., & Widodo, T. (2021). Product Performance And Consumer Experience In Shaping Satisfaction. *Journal of Marketing and Consumer Behavior*, 15(3), 101–115. <https://doi.org/10.1016/j.jmcb.2021.03.005>
- Hanaysha, J. (2023). The Impact Of Brand Trust On Customer Loyalty: The Mediating Role Of Brand Engagement. *Journal of Relationship Marketing*, 22(1), 35–52. <https://doi.org/10.1080/15332667.2022.2032234>
- Handayani, D. (2022). Perceived Sacrifice And Customer Satisfaction In Service Industries. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 14(2), 88–97.
- Handayani, I. F., & Ngaliman. (2022). Uji Multikolinearitas Dalam Analisis Regresi Linier Berganda: Pendekatan Nilai Tolerance Dan VIF. *Jurnal Manajerial*, 11(2), 123–135.
- Harahap, D. (2023). Strategi Promosi Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone. *Jurnal Ilmiah Pemasaran Digital*, 7(1), 22–36.
- Haron, R., Subar, N. A., & Ibrahim, K. (2020). The Influence Of Trust On Customer Loyalty In Islamic Banking: Evidence From Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1347–1363. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2019-0123>
- Haron, S. A., Azmi, F., & Ali, W. Z. W. (2020). *Customer Trust: The Reliability Of Service Provider's Promise And Capabilities*. *Journal of Service Promotion*, 10(3), 120–132.
- Hasibuan, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan*. *Jurnal MISI*, 4(3), 113–116.
- Hermanto, H., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 11(1), 46–57.
- Hoque, M. (2024). Corporate Associations Brand Trust: Impacts On Brand Engagement And Loyalty. *Journal of Consumer Studies*, 15(2), 78–92.
- Hosna, F. (2023). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek pada pengguna Kartu As. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 15(3), 78–90.
- Hosna, H. (2023). *Brand Trust Its Effect On Brand Loyalty Among Kartu As Users*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(1), 33–46.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Indriyanti, I. S., & Natalia, K. (2020). *Hubungan Word Of Mouth Terhadap Brand Image, Brand Loyalty, Brand Preference Dan Brand Leadership Pelanggan Merek Miniso Di Jakarta Barat*. 12(1), 25–32.
- Ismanto W. N. Hidayat (2020). *Manajemen Pemasaran* UNPAM Press, Tangerang Selatan.
- Jorge, R., & Santos, M. (2022). *Pengembangan Teori Bauran Pemasaran: Analisis Variabel Khusus Untuk Layanan Dan Ritel*. Jurnal Pemasaran Modern, 15(1), 55–68.
- Juhria, J., Sudirman, S., & Maulidiyah, M. (2021). Kepuasan pelanggan dalam perspektif kualitas pelayanan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 112–121.
- Jullimursyida, J., Ikramuddin, I., & Safira, I. (2024). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 13(1), 27–32.
- Kennedy, P., & Kundu, S. (2022). *Post-Purchase Evaluation Satisfaction In Consumer Decision-Making*. International Review of Marketing Studies, 9(4), 201–215.
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristantyo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>
- Kumar, S., & Lee, J. (2023). Digital Marketing Influencer-Based Promotion On Brand Loyalty In The Technology Sector. *Global Marketing Review*, 18(3), 56–70.
- Kusuma, S. (2024). *Manajemen Pemasaran Di Era Digitalisasi*. Takaza Innovatix Labs.
- Kuswibowo, A. (2022). Customer Expectation Reality: Measuring Satisfaction Gap In Consumer Behavior. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 33–45.

- Lang, Le Dang, et. al. (2022). How Does Promosi Mix Affect Brand Equity? Insights From A Mixed-Methods Study Of Low Involvement Products. *Journal of Business Research*. Volume 141.
- Limento, N. Y., Cahyadi, L., Unggul, U. E., & Jeruk, K. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Loyalty , Brand Association , Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap*. 1(4).
- Liu, H. (2023). *Implementasi Strategi Pemasaran Modern Menggunakan Konsep 7P*. *Jurnal Pemasaran Komprehensif*, 22(2), 115–129.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Mariyudi, M., Heikal, M., Subhan, M., & Rina. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47–56.
- Mayasari. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Isu Terkini*. Universitas Paramadina.
- Monfort, A. (2025). Perceived Quality And Corporate Social Responsibility In Sustaining Brand Trust. *International Business Review*, 20(2), 101–115.
- Monfort, L. (2025). Perceived Quality, Customer Satisfaction, And Sustainable Brand Loyalty. *Journal Of Consumer Research*, 18(4), 205–220.
- Muchsin, M., Ikramuddin, I., Chalirafi, C., & Akram, M. (2025). Pengaruh Promosi, Ekuitas Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Lagos Branded Krueng Mane, Aceh Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 55–72.
- Na, Y. (2023). Brand Trust Brand Love As Mediators Between Brand Attributes And Consumer Loyalty. *Journal of Global Marketing*, 14(4), 210–225.
- Nasution, A., & Karim, S. (2021). Efektivitas Promosi Dan Inovasi Produk Dalam Membangun Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 11(3), 45–59.
- Nguyen, K. M. (2025). The Impact Of 7Ps Green Marketing Mix On Customer Commitment And Willingness To Pay A Premium Price For Green Products. *Journal of Marketing Management*, 33(4), 352–367.
- Nilowardono, S., Sukoco, A., Aju, I. G. A., & Dharmani, N. (2021). *The Influence of Product Quality , Brand Image and Promotion on The Purchase Decision of 3second Fashion*. 3(6), 549–556.
- Notoadmojo, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer* (2nd Ed.). New York: Routledge.

- Patricks, A., Libaque-saenz, C. F., Fan, S., & Chang, Y.(2020). *Telematics And Informatics Anexpectation-Confirmation Model Of Continuanceintention To Use Mobile Instant Messaging*.Telematics and Informatics, 33(1), 34–47. doi:10.1016/j.tele.2015.05.006
- Pinto, L. G., Cavique, L., & Santos, J. (2022). *Marketing Mix New Product Diffusion Models*. Procedia Computer Science, 200, 123–130.
- Pratama, A. Y., & Dewi, U. W. (2020). Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(11), 1–20.
- Purnamayanti, S. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Kendaraan Honda. *Jurnal Manajemen Otomotif*, 11(2), 55–68.
- Putra, D., & Sari, R. (2020). Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen: Studi Pada Produk Elektronik. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 9(2), 123–135.
- Putrie, A. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Transaksi Pembelian Online Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–14.
- Qingjuan, L., Yuxi, Z., & Wei, Z. (2020). Brand Loyalty Consumer Behavior: An Empirical Study On Influencing Factors. *Journal of Business and Management*, 12(3), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jbm.v12i3.5678>
- Qotrunnida, Q., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMB)*, 22(1), 27–39.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 629–636.
- Rahmawati, R., & Yusuf, A. (2020). Pengaruh Tren Dan Inovasi Terhadap Perilaku Berpindah Merek Generasi Muda. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 7(2), 45–58.
- Rosalina, S., Putri, A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Smartphone. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 115–124.
- Rudzewicz, A. (2021). *Trust As The Foundation Of Sustainable Business Partnerships. Management And Business Administration*. Central Europe, 29(2), 23–42. <https://doi.org/10.7206/mba.ce.2084-3356.139>
- Setyoparwati, D. (2019). Kepercayaan Dalam Transaksi Berbasis Internet Sebagai Faktor Pengaruh Keputusan Pelanggan. *Jurnal Teknologi dan Perilaku Konsumen*, 6(4), 45–58.

- Sewaka, Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital Marketing*. Pascal Books
- Shin, Y. H., Eastman, J. K., & Mothersbaugh, D. (2019). *The Effect Of Brand Trust On Brand Loyalty In Consumer Decision-Making*. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(6), 495–508. <https://doi.org/10.1002/cb.1792>
- Silva, P., & Goretti, J. (2020). *The Role Of Trust In Customer Loyalty: Evidence From Service Industries*. *International Journal of Business and Management*, 15(4), 45–56. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n4p45>
- Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. (2022). *Loyalitas Merek Milo Ditinjau dari Kualitas Produk dan Brand Image*. 5(2), 155–164.
- Singh, G., Singh, V., Senik, Z. C., & Hanafiah, M. H. (2020). *The Relationship Between Management Functions And The*. 11(7), 226–235. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.7.2020.022>
- Situmorang, T. (2023). *Brand Trust And Product Quality In Building Consumer Loyalty On Samsung Smartphones*. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 8(3), 88–101.
- Song, H. (2019). *Effects Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty: Evidence From The Hospitality Industry*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.003>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi
- Sukmana, F. H., & Mayani, E. (2023). *Analyzing Consumer Online Reviews For Enhancing Restaurant Marketing Strategy: Applying The 7Ps Marketing Mix Framework*. In *Proceedings of the International Conference on Social Sciences and Humanities* (Vol. 2, No. 3, pp. 907–918). University of Jember.
- Supardin, S., Nurhayati, & Hidayat, A. (2022). Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Pemasaran Dan Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 9(3), 210–218.
- Syafitri, R., & Handayani, P. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Smartphone. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 14(2), 65–78.
- Tahir, A. (2024). The Impact Of Customer Satisfaction On Brand Loyalty In The Tourism Industry. *Tourism Management Journal*, 22(2), 77–91.
- Thompson, A. (2025). Integrating Offline Online Promotions To Enhance Perceived Value And Brand Loyalty. *Journal of International Marketing*, 21(1), 77–91.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Trochim, W. M. K. (2020). *Research Methods Knowledge Base (3rd Ed.)*. Cincinnati: Atomic Dog Publishing.
- Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, & Hamid, M. (2021). The Effects Of Service Quality, Perceived Value And Trust In Home Delivery Service Personnel On Customer Satisfaction: Evidence From A Developing Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>
- Veronica, R. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 115–124.
- Viii. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Ritel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 115–124.
- Wau, A., et al. (2022). Trust As Willingness To Rely On Others: Key Dimensions In Customer–Business Relationships. *Asian Journal of Trust Studies*, 7(1), 23–35.
- Wijaya, D., Nazmi, M., & Fithier, F. (2021). Uji Normalitas Dalam Model Regresi: Pendekatan Grafik Dan Statistik. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 7(2), 115–128.
- Wilhelmus, H. S. (2022). *Analisis Multivariat: Aplikasi Pada Model Persamaan Struktural (SEM)*. *Makalah Tidak Dipublikasikan*, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Wiyanto. (2023). Strategi Pemasaran Samsung Di Era Digitalisasi: Kampanye Agresif, Brand Ambassador, Dan Promosi Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 101–110.
- Wong, D., & Ubm, U. (2017). *Pengaruh Ability , Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust , Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E- Commerce Di Ubm*. 2(2), 155–168.
- Wulandari, A., & Prasetyo, B. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Industri Teknologi. *Jurnal Manajemen & Pemasaran*, 12(1), 45–57.
- Xu, A. (2025). *Indikator Loyalitas Merek: Rekomendasi, Pilihan, Dan Keteguhan Merek*. *Journal of Brand Loyalty Studies*, 12(1), 45–60.
- Yani, A., & Sugiyanto, S. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Perbandingan Harapan Dan Pengalaman Aktual. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 45–53.
- Yuliantari, K. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran Jasa*. Denpasar: Universitas Udayana Press.
- Yuliantari, K. (2020). *Brand Loyalty Perawatan Wajah ( Skin Care ) Wardah Gentle Face Wash*. 8(2).

- Yuliantari, N. L. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi Pada E-Commerce Shopee Di Denpasar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 251–265.
- Zakna, A. (2025). The Role Of Brand Trust, Consumer Satisfaction, And Brand Image In Forming Brand Loyalty. *Journal of Marketing Insights*, 13(1), 60–75.
- Zhang, Y. (2024). Innovative Promotion Strategies Sustainable Brand Loyalty. *Journal of Consumer Behavior*, 20(2), 88–102.