

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Buku KEPUASAN PELANGGAN & PENCAPAIAN BRAND TRUST* (Tim Qiara Media, Ed.; 2nd ed.). CV.PENERBITQIARAMEDIA.
- Adjie, M., Mt, P., & Sukresna, M. (2021). DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agustina, F. I. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Alfamart di Kota Mataram. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- AGUSTINA HI. (n.d.).
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Prognostic significance of alpha-1-antitrypsin in early stage of colorectal carcinomas. *International Journal of Cancer*, 244–250. <https://doi.org/10.1002/ijc.2910450207>
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2023). Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jesyia*, 6(2), 2301–2316. <https://doi.org/10.36778/jesyia.v6i2.1266>
- Anugrah, K., & Sudarmayasa. (2020). *BUKU - Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi* (Nur Fitri Yanuar Misilu, Ed.). Ideas Publishing.
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). Ayuningtyas- Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan diservifikasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 99–114. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2644>
- Bisnis, D., Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan, A., Bayu Dewa, C. S., Ayu Safitri, L. S., Bina Sarana Informatika Kampus Yogyakarta, U., & Ringroad Barat Ambarketawang Gamping Sleman, J. (2020). *ASSET: JURNAL MANAJEMEN Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada masa Physical Distancing*.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *BUKU - SERVICE QUALITY CONSUMER SATISFACTION DAN CONSUMER LOYALTY TINJAUAN TEORITIS* (C. I. Gunawan, Ed.). CV IRDH.

- Collier, J. E. (2020). *Applied Structural Equation Modeling Using AMOS; Basic to Advanced Techniques*.
- Dhirtya, D. A. M. C., & Warmika, I. G. K. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI MEDIASI PERSEPSI NILAI PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 549. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p07>
- Diah Nurbaiti, A., Valentina, F., Putri Octaviyani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti, P., & Letjen Sutoyo, J. (n.d.). Seminar Nasional Potensi dan Kemandirian Daerah: UMKM Naik Kelas menuju Kesejahteraan Daerah Memaksimalkan Loyalitas Pelanggan Pada Transportasi Online Melalui Perceived value, Brand image Dan Brand trust. In *Jl. Letjen Sutoyo* (Vol. 43).
- Diah Nurbaiti, A., Valentina, F., Putri Octaviyani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti, P., & Letjen Sutoyo, J. (2024). Seminar Nasional Potensi dan Kemandirian Daerah: UMKM Naik Kelas menuju Kesejahteraan Daerah Memaksimalkan Loyalitas Pelanggan Pada Transportasi Online Melalui Perceived value, Brand image Dan Brand trust. In *Jl. Letjen Sutoyo* (Vol. 43).
- Duryadi. (2021). *Buku Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. <http://penerbitzaini.com>
- Firizkia Pebriany, S., Syah Yahya, E., & Kania, R. (2021). *Prosiding The 12 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *BUKU - Pemasaran Produk dan Merek* (Q. Media, Ed.). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *BUKU Pemasaran\_Produk\_dan\_Merek*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. [http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=19545](http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19545)
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Vol. 2). *Universitas Diponegoro*, 2.

- Hafni Sahir, S. (2022). *Buku Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). PENERBIT KBM INDONESIA. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 108–117.
- Harjadi, D., Si, M., & Arraniri, I. S. E. I. (2021). *Buku Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. <http://insaniapublishing.com>
- Hermanto. (2019). *BUKU FAKTOR PELAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. CV. Jakad Publishing.
- Hidayati, A., Sifat, W. ode, Maddiansyah, A., Sunarsi, D., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik*. CiptaMediaNusantara(CMN).
- Hikmawati, F. (2020). *Buku METODELOGI PENELITIAN*.
- Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022a). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022b). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Juwita, P. A. (2023). *PENGARUH PERCEIVED PRICE, PERCEIVED VALUE, DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP PURCHASE INTENTION*. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Kamal, N. R., & Artanti, Y. (2024). *Jurnal PENGARUH PROGRAM LOYALITAS, PERSEPSI NILAI, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA KONSUMEN BY.U)*.
- Ketut Murdani Ni Wayan Ardani Kadek Pradnya Prayoga, N., Ketut Murdani, N., Wayan Ardani, N., & Pradnya Prayoga, K. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN YANG DIMEDIASI OLEH PERCEIVED VALUE

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PENGGUNA KARTU PERDANA TELKOMSEL. *Jurnal Satyagraha*, 03(01).

- Khalis, V. M., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). *ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK ANALYSIS PRODUCT QUALITY AND BRAND TRUST IN BRAND LOYALTY*.
- Khikmah, A. M., Krishernawan, I., & Fitriani, A. (2022). Bulletin of Management and Business Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Member PT. Natural Nusantara (Studi Kasus Pada Distributor Mojokerto). 322 / *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.31328/bmb.v1i2>
- Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jesya*, 5(2), 1479–1489. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.711>
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Morgeson, F. V., Hult, G. T. M., Sharma, U., & Fornell, C. (2023). The American Customer Satisfaction Index (ACSI): A sample dataset and description. *Data in Brief*, 48, 109123. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109123>
- Nalita, S., Suhud, U., & Pratama sari, D. A. (2022). Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Penggunaan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador E-Commerce di Indonesia. *Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Penggunaan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador E-Commerce di Indonesia*, 3.
- Nasib, Syaifuddin, & Rusiadi. (2024). *Buku Menumbuhkan Brand Love, Brand Trust dan Revisit Intension* (A. Fadli, Ed.). CV.AdanuAbimata.
- Nissi, Y. El, & Budiono, H. (2019). *Kepercayaan Merek Sebagai Mediator Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek*.
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Cahyaningrum, S., Putri, T., Asmarani, D., Damayanti, V., Thalitha, R. F., Bhayangkara, U., Raya, J., & Penulis, K. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN*

- LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GO-JEK): KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN*. 3(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode-Penelitian-Kuantitatif[1]*.
- Prianka, H. F., & Dermawan, R. (2022). The Influence Of Brand Trust On Brand Loyalty Wish Customer Satisfaction As Intervening Variable Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2266–2274.
- Prihandani, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022a). *Jurnal PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS (STUDI PADA KONSUMEN MIE LEMONILO DI SEMARANG)*.
- Prihandani, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022b). Pengaruh kepercayaan merek dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan dalam meningkatkan loyalitas (studi pada konsumen Mie Lemonilo di Semarang). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(2), 463–476.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., & Martini, E. (2021). *BUKU - Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putri, D. eka, Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., & Martini, E. (2021). *BUKU - Brand Marketing (Vol. 1)*. Grup CV. Widina Media Utama.
- Putri, E. D., Sudirman, A., Suganda, D. A., Kartika, R. D., & Martini, E. (2021). *BUKU - Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rahmadhani, S., Ayu Nofirda, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA MEREK APPLE)* (Vol. 17, Issue 2).
- S Rianto, Dr. J. (2023). *Buku Semua Tentang Merek*. NasMediaPustaka.
- Salsabila, A., Anggraini, D., Sutabri, T., & Bina Darma, U. (2024). IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Streaming Spotify Melalui Pendekatan Metode Regresi Sederhana. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *BUKU - Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (Moh Suardi, Ed.). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir Muhammad, & Tjahyadi, I. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Sembiring*.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Triana, J., & Rosa, A. (2024). *Analisis E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada I Am Geprek Bensu*. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.4654>
- Wolter, J., Kompleks, M., & Kota Bima, T. (2020). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK AVOCADO MANTUL Tri Agus Santoso 1) dan Irma Mardian 2) PROGRAM MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) BIMA* (Vol. 19).
- Yohansyah, F., & Rodhiah. (2021). *PENGARUH E-WOM DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEEFOOD DENGAN MEDIASI KEPERCAYAAN. PENGARUH E-WOM DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEEFOOD DENGAN MEDIASI KEPERCAYAAN*, 4, 89–98.