

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Joseph. (2021). Corporate rebranding: An internal perspective. *Journal of Business Research*.
- Affandi, M., Suherman, S., & Aditya, S. (2023). Efek Mediasi Brand Trust dalam Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Bukalapak. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1499–1516. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.731>
- Aini, N., Awwaliyah, A., Krisnawati, W., & Saepuloh, A. (2024). *Pengaruh Rebranding, Persepsi Kualitas, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Cipta Giri Sentosa* (Vol. 4, Issue 1).
- Akbar, F., & Ginting, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Penggunaan Instagram @Medantalk terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 277–285. <https://doi.org/10.53695/js.v1i2.109>
- Alvarizy, A., Deliana, Y., & Raya Jatinangor Sumedang Km, J. (2021). *Kompetensi Barista Dalam Menyampaikan Experiential Marketing di Coffee Shop di Kota Bandung* (Vol. 7, Issue 2).
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce TOKOPEDIA di Kota Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Anjursari, A., Setiyani, L., Bambang Riono, S., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). The influence of Rebranding, Product Quality, Information Quality and Relationship Marketing on the Brand Image of Glow and Lovely Products at the Azkiya Cosmetics Store. In *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 4).
- Ardhani, F., Cahyani, G., Awal, M., & Nugroho, S. (2025). *OPEN ACCESS Artikel penelitian 2 The Influence Of Rebranding And Digital Marketing On Brand image With Customer Loyalty As An Intervening Variable (Case Study of PT KAI Train Passengers among Generation Z in Yogyakarta)* (Vol. 9, Issue 1).
- Asrori Al Ishaqi, A., & Ariffudin Islam, M. (2021). Perancangan Rebranding Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya. *Jurnal Barik*, 2(3), 1–15. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Asrulla, A. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. <https://www.researchgate.net/publication/386875018>
- Awalina, R., Asmuti, A., & Naspendra, Z. (2022). *Strategi Peningkatan Daya Saing Pengembangan Agribisnis Kopi di Sumatera Barat*.
- Awaludin, M., Mantik, H., & Fadillah, F. (2023). *Penerapan Metode Servqual Pada Skala Likert Untuk Mendapatkan Kualitas Layanan Kepuasan Pelanggan*.
- Ayu, I., Sekarwangi, M., Agus, K., & Pramudana, S. (2023). *Peran Brand Image Sebagai Pemediasi Kualitas Layanan Terhadap Customer Loyalty Pelanggan Indihome Kota Denpasar*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Azaria A. Morasa, Rudy Steven Wenas, & Maria V.J Tielung. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Janji Jiwa Jilid 57 17 Agustus Manado*.

- Azizah Asmara, M., & Purwati, S. (2023). Optimizing Brand Identity of MSME Products through Rebranding in Increasing Consumer Brand Awareness. *Journal on Education*, 05(03).
- Azzahro, W., Ali, S., & Subagja, G. (2022). *Perilaku Konsumen Perempuan di Kedai Kopi Kota Bandar Lampung Women Consumer Behavior at Coffee Shop Bandar Lampung City*.
- Batara, H., & Susilo, D. (2022a). The Effect of Rebranding Lays to Customer Loyalty with Brand Image as A Mediation Variable. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 113–125. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i2.4948>
- Batara, H., & Susilo, D. (2022b). The Effect of Rebranding Lays to Customer Loyalty with Brand Image as A Mediation Variable. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 113–125. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i2.4948>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Dharta, Y., & Yusup, E. (2024). *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Pengaruh Rebranding terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi terhadap Rebranding Aplikasi Gojek)*. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v6i2.4902>
- Dian Wahyudi, Muhammad Zainal, Dayu Suhardi, M. Jabir M, & Adnan Adnan. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sistem Pemasaran Warkop Kopi Kampus (KOKAM) di Universitas Muhammadiyah Parepare. *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian Dan Solidaritas Masyarakat*, 1(3), 64–75. <https://doi.org/10.62383/harmoni.v1i3.320>
- Dr. Kishore Kunal. (2023). The Impact of Corporate Rebranding on Customer Perception: Evidence from the Textile Industry. *Journal of Informatics Education and Research*. <https://doi.org/10.52783/jier.v3i2.275>
- Fahriani Ali, S., Mandei, J. R., & Grace J Rumagit Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi, dan A. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa Jilid 57 di Kota Manado Consumer Satisfaction Analysis of “Kopi Janji Jiwa Jilid 57” in Manado City. In *Juli* (Vol. 2).
- Fajar Hidayat. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.
- Fenita Melinda, Adetiya Prananda Putra, & Jemi Cahya Adi Wijaya. (2024). Analisis Rantai Pasok Kopi Pada Kelompok Tani Kopi Rejo Di Desa Wisata Gombongsari Banyuwangi. *Journal of Tourism and Economic*, 7(1), 39–50. <https://doi.org/10.36594/jtec/jr959t60>
- Fifin Anggraini. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927>

- Fitri, W., & Hamid, F. Z. (2020). *Prosiding The 11 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- Gunawan, H. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2023). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. <https://www.researchgate.net/publication/354331182>
- Hanafi, A., Supeni, R. E., & Winahyu, P. (2022). Citra Merek, Suasana Toko, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 231–248. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3129>
- Hantoro, B. S., Al, M., & Rohimakumullah, A. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Leton Coffee Di Kota Pekanbaru* (Vol. 10, Issue 1).
- Hendra Winata. (2021). Nomor 2-Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 7).
- Hendra Winata, D., & Lestari Andjarwati, A. (2020). Nomor 2-Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 7).
- Hery Kuswanto. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*.
- Hesti, S., Thasimmim, S. N., & Rimayanti, W. (2021). Efektivitas Iklan Traveloka Televisi Konvensional Pada Konsumen di Era Digital. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(1), 57–65. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v7i1.4417>
- Ika. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Intan Rurieta Anggarawati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.146>
- Irfan Syahroni, M., STIT Al-Aziziyah, D., TGH Umar Abdul Aziz kapek Gunung Sari Lombok Barat, J. I., & pos, kode. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).
- Iswanto, J., Dianto, A. Y., Nur, P., & Sari, I. (2023). Strategi Optimalisasi Kualitas Produk Kopi Nganjuk Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10(1). <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>
- Jailani, Ms. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Kusuma Wardani, E., & Febrilia, I. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Trust terhadap Customer Loyalty Pelanggan Kopi di Jakarta dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening* (Vol. 4, Issue 1).
- Kusumaningsih, S., & Rianawati, T. (2025). Transformasi dan Kolaborasi Cerdas bagi Entrepreneur Coffee Shop untuk Keunggulan Kompetitif. *Digital Bisnis:*

- Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 73–84.
<https://doi.org/10.30640/digital.v4i1.3811>
- Lenaini, I., & Artikel, R. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak*. 6(1), 33–39.
<https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Lestari, J., Meliana, V., Bisnis dan Komunikasi, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2023). Pengaruh Rebranding dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen Mako. In *STREAMING Business Journal* (Vol. 2, Issue 1).
- Margesta, Z., & Sufyan Abdurrahman, M. (2024). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Twitter The Effect Of Rebranding On Twitter's Brand Image. In *Desember* (Vol. 11, Issue 6).
- Marsella Teiseran, V., Devita Gunardi, W., & Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana, M. (2024). YUME : Journal of Management Peran Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Dimediasi Oleh Pengaruh Citra Merek Pada Loyalitas Pelanggan Klinik Estetika Beautyxpert. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 3).
- Meisi Koo, D., & Prastyani, D. (2024). *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Serta Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.3166>
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mu'ah, & Masram. (2021). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Jawara.
- Mulyati, S., Marginingsih, R., Darodjat, T. A., & Suasungnern, S. (2024). The Influence of Promotion on Customer Loyalty through Brand Image as Intervening Variable. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(2).
- Natalia, V., & Erdiansyah, R. (2020). *Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Gojek*.
- Nova, F. (2022). The effect of rebranding on brand image and its impact on customer loyalty on Gojek. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(3), 770. <https://doi.org/10.29210/020221544>
- Nur'azizah, N., Putri, M., & Mukti, G. W. (2023). *Kajian Model Inovasi Agribisnis Komoditas Kopi (Studi Kasus di 'Kopi Sebagai') Study of Agribusiness Innovation Models of Coffee Commodities (Case Study in 'Kopi Sebagai')* (Vol. 6, Issue 1).
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). *Pengaruh Kemasan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Patrisia, M., & Nugrahani, R. U. (2021). *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Pixy The Effect of Rebranding to The Brand Image Of Pixy*.
- Poernomo, T. T., & Setyadarma, B. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Sapi Murni Kud Mekar Sari, Pujon Malang. *Sebatik*, 25(1), 221–228. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1336>
- Pramudita, A. I., Widiharih, T., Santoso, R., Statistika, D., Sains, F., & Matematika, D. (2020). Penerapan Structural Equation Modelling (SEM) Untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis (Studi Kasus

- Kafe di Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik Pada Januari 2019). *JURNAL GAUSSIAN*, 9(2), 122–134. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian/>
- Prayoga, A., & Suseno, E. (2020). The Positive Impact of Rebranding to Increasing Consumer loyalty with Brand Image as the Mediating Variable. *International Journal of Social Science and Business*, 4(4), 561–568. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Puspita Anggraini, D., Rahayu, R., & Hidayat, M. S. (2024). Pengaruh Rebranding, Kualitas Layanan dan Brand Ambassador terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(4), 33–49. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i4.1595>
- Putra Suryo Rio, & Kadarusman Yuyus. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Kedai Kopi Kama Petukangan Selatan Jakarta Selatan*.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Effect Of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty AT PT. Matahari Departement Store in Mantos 2. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 1).
- Raharjo, I., Fridha, M., Palupi, T., & Kusumaningrum, H. (2024). *Public Relations Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Belakang Rumah Untuk*.
- Rahiem, V. A., & Hermawan, V. (2024). “Indihome By Telkomsel” Pada Pelanggan. *JULI*, 2, 2024.
- Rahman, S. R., & Andarini, S. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya). *Journal of Management & Business*, 6(1), 1304–1314.
- Ramadhana, A. W. S., Aulia, A. D., & Ulum, T. (2024). Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi di Indonesia. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 110–123. <https://doi.org/10.61476/095w2813>
- Ridwan, M., Ulum, B., Muhammad, F., Indragiri, I., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2021). *Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah (The Importance Of Application Of Literature Review In Scientific Research)*. <http://journal.fdi.or.id/index.php/jmas/article/view/356>
- Rimbawan, A., Kadek, I., Putra Wijaya, A., Nyoman, I., Sumadewa, Y., Nyoman, N., & Suryani, D. (2024). *Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Amenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/sasak/index> 244
- Rovi Al Hakim, A., Maduwinarti, A., Made, N., & Pratiwi, I. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya*.
- Sari, D., & Pratiwi, A. (2023). *Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Kopi Kawa*.
- Sawitri, H., Studi Kedokteran, P., Kedokteran, F., Malikussaleh, U., & Artikel Sejarah artikel, I. (2021). Gender dan Kebiasaan Minum Kopi Pada Mahasiswa Program Studi Kedokteran Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 16, 2302–2531. <https://doi.org/10.11.2021>

- Sebagustionnes, A., Oktarina, Y., Permatasari, F., Baturaja, U., Id, S. C., & Com, Y. (2022a). *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Tren onsumsi kopi robusta pada tingkat usia di OKU Selatan*. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Sebagustionnes, A., Oktarina, Y., Permatasari, F., Baturaja, U., Id, S. C., & Com, Y. (2022b). *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Tren onsumsi kopi robusta pada tingkat usia di OKU Selatan*. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Sihombing, P. R., & Wijaya, L. (2024). *Aplikasi SmartPLS 4.0 untuk Statistisi Pemula*. <https://www.researchgate.net/publication/384695683>
- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. *Madani : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.53834/mdn.v8i2.4883>
- Sriyeni, Y., Mi'raj, M. I., & Veronica, M. (2022). *Evaluasi Kualitas Aplikasi Smartkit Menggunakan Metode Usability Testing*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sudarti, K., Zahrotul, D., & Dila, M. (2021). Pengaruh Rebranding Terhadap Loyalitas Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada PO Sugeng Rahayu). In *EKOBIS* (Vol. 21, Issue 1).
- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Tamaja, K. W., Rastini, N. M., Seminary, N. K., Agus, K., & Pramudana, S. (2024). *The Role Of Brand Image in Mediating The Influence Of Green Products On Purchasing Decisions (A Study On Consumers Of PT. Work By Pak Oles Soccer)*. 3(9). <https://edunity.publikasikupublisher.com>
- TomassMHultt, G. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*. <http://www.>
- Trihudyatmanto. M. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Brand Image dan Experiential Marketing. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*.
- Usman Fauz. (2022). *Pengaruh Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Eastu Coffeebar Wajak)*.
- Uus Khusnul Khotimah, & Jamiati KN. (2023a). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Taman Impian Jaya Ancol. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 236–248. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.456>
- Uus Khusnul Khotimah, & Jamiati KN. (2023b). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Taman Impian Jaya Ancol. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 236–248. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.456>
- Wisnubrata. (2023). *Starbucks dan Cerita Mereka yang Berkunjung ke Indonesia*. Lifestyle.Kompas.Com.

- Wulandari, M., Elisabeth, A., Saputra, S., & Chantika, W. (2022). Efektivitas Penggunaan Google Form Sebagai Media Penilaian Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran TIK. *JUITIK*, 2(3). <http://journal.sinov.id/index.php/juitik/index>HalamanUTAMAJurnal:<https://journal.sinov.id/index.php>
- Yana, K., & Suparna, G. (2024). *Peran Services Cape dan Brand Image* (M. Wardana, Ed.). CV. Intelektual Manifes Media.
- Zahrotul, D., & Dila, M. (2020). Pembentukan Brand Loyalty Melalui Rebranding dan Rational Appeals. In *EKOBIS* (Vol. 18, Issue 2).

