

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (1 ed., Vol. 1). Deepublish(CV BUDI UTAMA).
- Darmadi, R., Silitonga, P., & Kristiadi, A. A. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Social Media Customer Engagement dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)* (1 ed.). Deepublish .
- Fikriawan, S., & Nafiah, N. (2023). The Conception of Sharia Fintech Lending and Its Regulatory Preparedness in Indonesia. *Indonesian Journal of Islamic Economic and Finance*.
- Firmansyah, A. (2019). *buku pemasaran produk dan merek* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- James W, Elston D, T. J. et al. (20M). Bauran Pemasaran. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. (Vol. 1).
- Keller, kevin lane, & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 2).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Margareth, H. (2023). Buku Ajar Pemasaran Jasa. In *Вестник Росздравнадзора* (1 ed., Vol. 4, Nomor 1). Tiga Cakrawala.
- Melinasari, S. (2023). *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Widina Media Utama.
- Meyerson, R. (2022). Apa Arti Nama Merek. *AMERICAN MARKETING ASSOCIATION*.
- Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). PengaruhCitraMerek,KepuasanKonsumen DanKepercayaan TerhadapLoyalitasPelangganAirMineralMerekAqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra biru.

Sudarsono H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. . Alfabeta.

Yusuf, M., Tamamudin, & Safi'i, M. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda*.