

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Nugraha, and Soepatini. 2024. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Value Consciousness Dan Brand Consciousness Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pelanggan Kopi Janji Jiwa." *VISA: Journal of Vision and Ideas* 4(1): 315–32. doi:10.47467/visa.v4i1.1948.
- Agatha, Cintya, and Widiartanto. 2020. "Studi Pada Pemilik Membership Card Oryza Gym Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2): 50–59.
- Ammruddin. 2022. "Metode Penelitian Kuantitatif." : 235.
- Ari Pamungkas, Dimas, and Asmai Ishak. 2023. "Artikel Hasil Penelitian Pengaruh Brand Experience, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Yogyakarta." 02(01): 117–28. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>.
- Azhari Harahap, Imam, Nazmia Yusdi Arwana, and Suci Wahyu Tami Br Rambe. 2020. "Teori Dalam Penelitian Media." *Jurnal Edukasi Nonformal* 3(2): 136–40.
- Bryan, Nico Michael, Keni Keni, Edi Surya Negara, and Purnama Dharmawan. 2023. "Pengaruh Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, Dan E-Wom Terhadap Brand Loyalty Dompot Digital." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 7(1): 17–29. doi:10.24912/jmieb.v7i1.22067.
- Clarence, Clarence, Yulianti Yulianti, Christian Halim, Puspa Ratna Sari, and Keni Keni. 2021. "Dilematis Antara Pemasaran Tradisional Dengan Pemasaran Digital Terkait Perubahan Perilaku Konsumen: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 5(2): 362. doi:10.24912/jmieb.v5i2.13237.
- Damayanti, Silvy, Arianis Chan, and Cecep Safa'atul Barkah. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and

- Travel.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9(3): 852–62. doi:10.26740/jim.v9n3.p852-862.
- Deni Surapto. 2020. “The Impact of Brand Image on Customer.” *Jurnal Riset Manajemen* 1(1): 19–25. doi:10.54066/jurma.v1i1.16.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya. 2020. 5 Revista Brasileira de Linguística Aplicada *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Jaipong, Parichat, Supaprawat Siripipatthanakul, Pichart Kaewpuang, and Patcharavadee Sriboonruang. 2022. “An Association Between Brand Trust, Brand Affection and Brand Loyalty : The Case of a Coffee Brand in Bangkok Thailand.” *Social Science Research Network* 1(July): 1–14. <https://ssrn.com/abstract=4143568>.
- Kristyanto, Visi Saujaningati, Nikko Yuanta, and Sri Yunan Budiarsi. 2022. “Pengaruh Social Media Marketing TikTok Terhadap Brand Loyalty J&T Express.” *Majalah Ekonomi* 27(1): 35–43. doi:10.36456/majeko.vol27.no1.a5532.
- Laraswanti, Novita, and Harini Abrilia Setyawati. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 4(1): 97–111. doi:10.32639/jimmba.v4i1.67.
- Ledikwe, Aobakwe. 2020. “Determinants of Brand Loyalty in the Apparel Industry: A Developing Country Perspective.” *Cogent Business and Management* 7(1): 1–18. doi:10.1080/23311975.2020.1787736.
- Lina Fatimah Lishobrina, S.A.B., M.M., CPR., CDM, and M.Eng Muhammad Eka Purbaya, S.T. 2024. *Buku Ajar Bisnis*.
- Lindara, Noviana, Samari, and Suhardi. 2023. “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Konsumen Produk

- Hijab Segiempat Pada Pelanggan Toko Baju Muslim Istina Busana.” *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* 8. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/4007>.
- Lindawaty, Lindawaty, and Syawaluddin Syawaluddin. 2022. “Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pt Alfa Scorp Ii Marelan Medan.” *Jurnal Bisnis Kolega* 8(1). doi:10.57249/jbk.v8i1.77.
- Liza Nurul Anisah, and Nur Aini Anisa. 2023. “Efisiensi Komunikasi Sosial Dalam Pemasaran Digital Di Pt Perwira Chemical Perkasa.” *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 1(5): 159–70. doi:10.61132/lokawati.v1i5.145.
- M. Haikal Sultana Abdullah, and Aekram Faisal. 2022. “The Role Of Social Media Marketing Activities In Increasing Brand Loyalty.” *Jurnal Ekonomi* 27(3): 478–99. doi:10.24912/je.v27i3.1227.
- Marcellina Rifani, 2022. 2022. “Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).” *Sahmiyya* 1(2): 229–36.
- Murtiasih, Sri, Budi Hermana, and Wiarsih Febriani. 2021. “The Effect of Marketing Communication on Brand Equity with Brand Image, Brand Trust, and Brand Loyalty as the Intervening Variables.” *Journal of International Business Research and Marketing* 7(1): 7–16. doi:10.18775/jibrm.1849-8558.2015.71.3001.
- Nabella, Ade Luky. 2021. “Pengaruh Brand Attitude Dan Brand Association Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Air Minum Kemasan Merek Aqua(Studi Pada Konsumen Air Minum Kemasan Merek AQUA Di Gombong) Luky Ade Nabella Program Studi.” *Journal Management*: 1–11.
- Ngabiso, Febriyanto, Djoko Lesmana Radji, and Umin Kango. 2020. “Pengaruh

Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo).” *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 4(1): 1–12. doi:10.37479/jimb.v4i1.10453.

Nugroho, M. A., & Hidayati, L. L. A. 2022. “PENGARUH BRAND IMAGE DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PELANGGAN KOPI DI JAKARTA DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.”

Phulpoto, N H, I A Halepoto, A Hussain, and S Ahmed. 2018. “Analyzing the Mediating Role of Brand Association for Brand Awareness and Loyalty.” *Core.Ac.Uk* (January). <https://core.ac.uk/download/pdf/234628494.pdf>.

Pramudita, Ratih, Siti Chamidah, and Dwi Warni Wahyuningsih. 2022. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Brand Satisfcation Terhadap Brand Loyalty Pengguna Marketplace Tokopedia.” *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 6(2): 238–48. doi:10.24269/iso.v6i2.1243.

Purwana, Dedi, R Rahmi, and Shandy Aditya. 2017. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1): 1–17. doi:10.21009/jpmm.001.1.01.

Putri, Heristya. 2021. “Sebuah Studi Niat Beli Skincare: Pengaruh Social Media Marketing, E-WOM, Dan In-Store Display.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9(3): 1163–72. doi:10.26740/jim.v9n3.p1163-1172.

Putri, Seprianti Eka. 2020. Cv. Media Sains Indonesia *Brand Marketing: The Art of Branding*.

Salsabila, Hania, and Imanuddin Hasbi. 2022. “Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Pixy Di Kota Bandung.” *Mirai Manajemen* 7(1): 203–13.

- Sanmukhiya, Chintamanee, and Dilshad Bibi Ijeem. 2022. "Examining the Effects of Brand Addiction, Brand Image and Social Factors on Brand Loyalty in Mauritius." *International Journal of Special Education* 37(3).
- Saputra, Andre Yudha. 2023. "Word of Mouth (WoM) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* 5(Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Vol. 5No. 1(2023) hlm. 81-91): 81–91. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/3743/3370>.
- Al Satria, Muhammad Idris, and Fani Firmansyah. 2024. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Anggota." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8(1): 401–14. doi:10.31955/mea.v8i1.3690.
- Sekaran, Uma, And, and Roger Bougie. 2016. "Research Methods for Business." <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/12007>.
- Seran, Renyarsari Bano, Elia Sundari, and Muinah Fadhila. 2023. "Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen." *Jurnal Mirai Management* 8(1): 206–11. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>.
- Shofiyah Khairunnisa. 2022. "Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar)."
- Sudarti, Ken, and Dewi Zahrotul Munifa Dila. 2020. "Model Pembentukan Brand Loyalty Melalui Rebranding Dan Rational Appeals." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 21(1): 12. doi:10.30659/ekobis.21.1.12-25.
- Syty Nur Azizah, and Kurniawati. 2023. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Dan Brand Affect Terhadap 5 Brand Skincare Lokal Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3(1): 1147–60. doi:10.25105/jet.v3i1.15616.
- Vega, Nadia, and Annisa Mardatillah. 2021. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image)

Terhadap Loyalitas Merek Produk Lipstik Wardah Pada Global Kosmetik Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.” *SYNERGY: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 1(2): 38–44. doi:10.52364/synergy.v1i2.8.

Vo Minh, Sang, Giang Nguyen Huong, and Giang Dang Nguyen Ha. 2022. “The Role of Social Brand Engagement on Brand Equity and Purchase Intention for Fashion Brands.” *Cogent Business and Management* 9(1). doi:10.1080/23311975.2022.2143308.

Vutri, Angellita Zulfa Ferrati, Kokom Komariah, and Faizal Mulia Z. 2023. “Analisis Social Media Marketing Dan Brand Love Terhadap Loyalty Brand Studi Pemasaran Produk Skintific Pada Followers Kawaidollshop.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7(1): 934–46. doi:10.31539/costing.v7i1.6486.