

DAFTAR REFERENSI

- Anjani, A. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty lipstik Revlon. Skripsi tidak diterbitkan). Yogyakarta (ID): Jurusan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Azizah, N. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran. *Jurnal Pusdansi*, 2(2).
- Damayanti, E. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cabang Stabat. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(3), 593-607.
- Deccasari, D. D. (2018). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada jasa transportasi ojek online (studi kasus pada konsumen gojek malang). *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12(1), 54-64.
- Fitriani, A. O., & Wahyuningsih, R. (2024). Perbedaan Kemampuan Kognitif Anak Menggunakan Media Loose Parts Dan Video Di Tk Aisyiyah Cabang Kartasura Tahun Ajaran 2023/2024 (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Helvetia, M. A. P. I., & PRASETYA, S. T. I. E. E. Pengaruh E-Marketing Dan Crm Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Panglong.
- Inaray, J. C. (2016). Pengaruh kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Amanah Finance di Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2).
- Jaya, H. (2022). Pengaruh Merk, Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Arofa Bakery di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.
- Juwariyah, N., Hasanah, N., & Akriana, F. (2024). Peran Mediasi Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas Penumpang Kapal. *Solusi*, 22(3), 363-377.
- Karla, A. P. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Kosmetik Make Over Di Bandar Lampung.
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 193-199.
- Latiefa, H. L. (2024). *Pengaruh Retailawareness, Retailassociation, Retail Perceived Quality, dan Retail Loyalty Terhadap Niat Pembelian (Studi*

Pada Retail Ami Mart di Magelang) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 5(1), 8-16.
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Momuat, S. F., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Axa Financial Indonesia Kantor Pemasaran Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Munif, A., & Wagini, W. (2024). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Vivo Pada Counter Semaku Ponsel Manna Bengkulu Selatan. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 129-138.
- Munisa, M. S. D., & Setiyarini, T. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(3).
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*, 3(2), 181-186.
- Peterson, M. (2017). Philip Kotler, *Confronting Capitalism (2015) & Democracy in Decline (2016)*. *Markets, Globalization & Development Review*, 2(1).
- Purnamasari, R., Pauzy, D. M., & Arisman, A. (2023). Pengaruh Brand Experience Dan E-Service Quality Terhadap Brand Loyalty (Survei Pada Konsumen Toko AnstheLabel Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 236-253.
- Renal, A., & Ramadhan, F. (2023). Pengaruh Nilai Fungsional Dan Nilai Sosial Terhadap Niat Beli Item Virtual Pada Game Online Mobile Legend (Survey Pada Pemain Game Online Mobile Legend Di Area Jabodetabek Tahun 2023). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 82-91.
- Roswirman, R., & Elazhari, E. (2021). Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal

- di SMK Swasta PAB 2 Helvetia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(4), 316-333.
- Saputra, R. Y. B., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71-82.
- Setyorini, Z. M., & Dirgantari, P. D. (2024). Analisis Pemanfaatan Brand Experience dalam Menciptakan Brand Loyalty pada Bisnis Rollneeds. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(02), 234-240
- Sihombing, R. R., Hardilawati, W. L., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Personality Dan Brand Love Terhadap Brand Loyalty Pada Pakaian Formal Pria Merek Cardinal Di Matahari Mall Ska Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 492-501.
- Subagja, A. D., & Aprillia, A. (2022). Peran Emosi Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengalaman Merek Dan Loyalitas Merek. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1639-1664.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Taufik, A. D. (2023). Analisis Teori Manajemen Pemasaran. *Jurnal Pusdansi*, 2(2).
- Utami, W. (2020). Peran pemoderasi tekanan waktu hubungan antara nilai fungsional dan nilai emosional terhadap niat beli produk flash sale. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(3).
- Wardana, Y. (2024). Pengaruh Nilai Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Produk Kosmetik Merek Garnier Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Wijayani, D. R. (2017). Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 97-116.
- Yassaroh, L. S., Wulandari, M. P., & Prasetyo, B. D. (2023). Implikasi Pemasaran Viral sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Perceived Value: Analisis Kasus Brand Somethinc. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 742-760
- Yeh, C. H., Wang, Y. S., & Yieh, K. (2016). Predicting smartphone brand loyalty: Consumer value and consumer-brand identification

- perspectives. *International Journal of Information Management*, 36(3), 245-257.
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1299-1307.
- Zulher, Z. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan BA (Beauty Advisor) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Wardah (Studi Kasus Konsumen Lottemart Kuningan City). *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 7(2), 126-142.