

DAFTAR REFERENSI

- Adnan, A., & Rusydi, A. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). Sefa Bumi Persada Aceh.
- Adnan, & Aiyub. (2020). Reinventing Potensi Generasi Millennial Di Era Marketing 4.0. In. Pada: <https://repository.unimal.ac.id>.
- Alexander, G., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Nike. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 45–60. <https://doi.org/10.35912/rambis.v4i1.3024>.
- Alfaridho. (2024). Pengaruh Kualitas Website, Harga Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangane-Commerce Bukalapak (Studi Kasus Pada mahasiswa Universitas Malikussaleh).
- Alfariza, M., & Pratomo, A. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Komunikasi. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 3(2), 15–28. <https://doi.org/10.37641/jikes.v3i2.1794>.
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi Pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>.
- Arma Saputri Ningsih, Mariyudi, Naufal Bachri, Halida Bahri. (2024). The Effect Of Product Quality , Price , And Halal Labels On Hni Products On Consumer Buying Interest In Aceh Tamiang. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 02(8), 1184–1193. <https://ojs.smkmerahputih.com/index.php/jimu/article/view/515>.
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 3(2), 2745–7257. <https://instantnoodles.org>.
- Azman, C. N., & Bahri, H. (2024). The influence of brand image on product quality and price to purchase decisions: Bella Square hijab for female students of the Faculty of Economics. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 780–791. <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/6081>.
- Binari, B. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awariness, Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Banu Binari.Pdf*, 1(10), 1114-1119. <http://Eprints.Universitasputrabangsa.Ac.Id>.

- Chairul Anan, C., & Inda Sukati, I. S. (2023). Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Bukalapak Di Kota Batam. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7421>.
- Chinna, D. F. G., Soegoto, A. S., & Djemly, W. (2022). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah Kosmetik Di Kota Manado. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40909>.
- Cicik Ratnasih Dan Siti Nurjanah. (2019). Jurnal Manajemen Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perumahan Pekayon Bekasi Selatan. *Jurnal Manajemen* 7(1), 27–33. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/680>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi Ke-9 (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. (2020). Pengaruh manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater. *Journal of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 16–25.
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Jurnal Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>.
- Hidayah, S. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 7(1), 79–98. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v7i1.5811>.
- Kodrat, D. S. (2020). Manajemen Merek Dan Strategi E-Commerce Pendekatan Praktis. *Prenada Media*, 2020.

- Leke, R. M., Welsa, H., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Goreng Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 352. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1007>.
- Lorinda, I. P., & Amron, A. (2023). Pengaruh kualitas produk, iklan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Sidomuncul di Kota Semarang. *MBIA*, 22(1), 53–64.
- Luvita, S., Zulkarnaen, T., & Bahri, H. (2024). The Influence Of Product Quality , Brand Image And Digital Marketing On Purchase Intention Erigo Products To Users Shopee Application. 4(3), 725–733. <https://www.radjapublika.com/index.php/morfai/article/view/1916/1673>.
- Maraini, M., Prabowo, R., Jannah, S. M., & Hutabarat, Y. L. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Indomie. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 4(1), 4–8. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v4i1.734>.
- Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Membangun Rancangan Pemasaran (Vol. 1, Issue 69). <http://dinkes.sulselprov.go.id>.
- Mutiara Prihandani, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 463–476. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.43049>.
- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)*, 6(3), 259. <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i3.4934>.
- Porter, M., Keller, K.K., & Chernev, A. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke16). Pearson Education, Inc.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 8(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>.
- Pradana, M. A. I., & Achmad, N. (2023). Pengaruh Citra Merk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Indomie Di Surakarta. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 356–363. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.539>.

- Rahmadhani, S., Nofirda, F. A., & Sulistyandari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Merek Apple) [The Effect Of Product Quality, Brand Image And Brand Trust On Brand Loyalty With Customer Satisfaction. *Derema (Development Research Of Management): Jurnal Manajemen*, 17(2), 205. <https://doi.org/10.19166/derema.v17i2.5569>.
- Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>.
- Riandini, R., & Budiono, H. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Persepsi Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Vans *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* Vol. 05, No. 01, Januari 2023 : Hlm 202-211 Issn 2657-0025 (Versi Elektronik). <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22568>.
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305–320. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i3.3398>.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/734>.
- Sari, D. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Mcdonald's Jakarta Timur. *Jurnal Emt Kita*, 7(4), 896–905. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1501>.
- Sari Sitompul, S., Agusra, D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda, S. (2023). International Journal Of Information System And Innovation Management The Role Of Brand Image, Promotions, And Product Quality In Shaping Customer Satisfaction And Loyalty. *Journal of Information System and Innovation Management (IJISIM)* 1(2), 74–91. <https://www.topbrand-award.com/2020/05>.
- Silvia, P., Fani, A., & Rayhan, G. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Direktorat Progam Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang*, 87(1,2), 149–200.

<https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.757>.

- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Struktural Equation Modeling (Sem) Dengan Lisrel*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta. Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Surya, C., Chandra, J., Santoso, P. H., Akri, P., & Astarina, I. (2022). Pengaruh gaya hidup, citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk Indomie pada masyarakat di Kota Pekanbaru. *Lucrum: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 227–241. <https://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/view/45/1751>.
- Thessa, N. R. M. U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Fremilt Di Surakarta. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(I), 1–19.
- Wanawir, S., & Nursaidah, E. H. L. S. (2019). Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [Http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari).
- Wicaksono, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 505–509.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>.