

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, I.L. and Widodo, T., 2019. Peran Brand Awareness Dan Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap E-wom Dan Komitmen Pelanggan Tokopedia. *EProceedings of Management*, 6(2).
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesoan Indovisi Institute*, 1(Iii), 83–104. Diambil dari <http://journal.dosenindonesia.org>
- Alma.B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2015). *Population and Sample (67) in Management Research Methods book*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ansori, M. 2020. *Quantitative Research Methods 2nd Edition*. Airlangga University Press.
- Arini, Nimas. N. D. (2013). Setelah 11 Tahun, Starbucks Luncurkan Starbuckcs Card.<http://swa.co.id/swa/business-strategy/setelah-11-tahun-starbucks-luncurkan-starbucks-card>. 06 September 2016.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Chou, P.-F., Lu, C.-S., & Chang, Y.-H. (2014). Effects of Service Quality and customer Satisfaction on Customer Loyalty in Highspeed Rail Services in Taiwan. *Transportmetrica A: transport science* Vol.10 No. 10, 917-945.

- Efendi, Femmy, dkk. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo Dengan Intervening Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen Bisnis* 11, no. 2.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Felix, R. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. *Business & Financial Affairs*, 5.
- Firrezqi, W. A. (2021). Analisis Penjualan Produk Baru Di Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 1211800001, 6.
- Ghozali, I. (2018). *Multivariate Analysis Application With IBM SPSS 25 Program* (9th ed.). Diponegoro University Publishing Agency.
- Griffin, J., (2016), *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Hannief, S.M. and Martini, E., 2018. Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Warunk Upnormal. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Hapsari, R. (2016). The Mediating Role of Perceived Value on the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: Evidence from Indonesian Airline Passengers. *Procedia Economics and Finance*.
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada objek wisata Dumilah waterpark Madiun. *Equilibrium*, 3(2), 176 – 190

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Jacinta Winarto. (2011). Hubungan Antara Citra Merek dan Ekuitas Merek. *Jurnal Manajemen*. Vol 10 No 2.
- Jeremia Kolonio & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal Emba* Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 831 – 840
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kurniasari, M. and Budiatmo, A., 2018. Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), pp.152-159.
- Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81.
- Naura F.H. and Martadi. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Rilib Dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, Vol. 2 No. 2. 121-134
- Nurul, N., & Burda, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Grand Indonesia Jakarta Pusat. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Oliver, J. (2019). *Buku Manajemen*. Hilon Tensados

- Ovan and Andika Saputra. 2020. CAMI: Application of Testing the Validity and Reliability of Web-Based Research Instruments. South Sulawesi: Indonesian Ahmar Scholar Foundation.
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2018). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability*, 11(4), 1113. <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Parasuraman, Valarie A. Z. and Berry. (2002). *Delivering Service Quality*. Mc Milan, New York.
- Rombe, Elimawaty., Ulandari, Putu, Luh, Ni. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Sabnishop Di Kota Palu. *SEIKO : Journal of Management & Business*. Volume 6 Issue 1. Pages 358 - 367
- Santoso, Budi. (2021). Analisis Korelasi antara Celebrity Endorsement, Brand image, dan Brand Trust dengan Purchase Intention Kopi Good Day Pada Siswa SMA/SMK Di Kota Tegal. Skripsi.
- Selvi Rahmawati, Asep M. R. and Kokom Komariah. (2019). Determinasi Emosional Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Skin Care Clinic. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8.5. 475-492

- Siregar, Stephanie Gabriela. dan Jontro Simanjuntak. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Sosial media Instagram, Jurnal Manajemen.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020) Pemasaran Strategik: Domain, Determinan,. Dinamika (Edisi 4) Penerbit Andi Yogyakarta
- Widyastuti, Sri. 2017. “Pertimbangan Konsumen dalam Keputusan Pembelian ProdukSepatu Olahraga SPECS melalui Brand Image, Desain Produk dan Persepsi Harga”. International Journal of Supply Chain Management.Int. J Sup.Rantai. Mgt Vol.6