

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum Mitra Utama.
- Aaker, D. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek: Vol. Cetakan Ketiga*.
- Afshar, A., & J, C. (2011). Study of the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *PhD Scholar in Business Administration*.
- Ali, H. (2015). *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service.
- Alif Sulthana, I., & Patro Sukma, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Nilai Pelanggan. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5).
- Amelia, R., & Ayani, S. (2020). Optimalisasi Membangun Brand Image Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Value Dan Customer Retention Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Bisnis*, 26(1), 268–279.
<https://doi.org/10.33592/jeb.v26i1.659>
- Anggraeni, S. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Telkomsel Di Kalangan Mahasiswa*.
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>
- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 1, Issue 3).
- Asmari Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sali Al-Aitaam, A., Aceng Sali Al-Aitaam No, J., Kabupaten Bandung, B., Jawa Barat, P., & artikel, S. (2024). Asset : Jurnal Manajemen dan Bisnis Implikasi Nilai Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Koran di Era Digital INFO ARTIKEL ABSTRAK. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 7(1), 1–11. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/asset>
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). *ON BRANDING : Dampak Digital Terhadap Merek*. Buhana Ilmu Populer.
- Barron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Cantona, E. (2020). *Pengaruh Dari Brand Image Dan Product Quality Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediator Terhadap Customer Loyalty*.

- Celyn, J., & Hasan, G. (2023). Pengaruh Brand Experience, Perceived Value, Brand Personality, Brand Image, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Brand Handphone di Kota Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 168–177. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3830>
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). Product-Class Effects on Brand Commitment and Brand Outcomes: The Role of Brand Trust and Brand Affect. *Journal of Brand Management*, 10(No.1, pp.33–58).
- Chrystiantari, M. C., & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Customer Perceived Value E-Commerce Di Indonesia. *Mitra Manajemen* 4 .
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.
- Fandy, T., & Anastasia, D. (2018). *Pemasaran E-sesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Fandy, T., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Felania. (2016). *Pengaruh Mall Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Value Dan Customer Retention Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Upper Class Di Surabaya*.
- Fermayan, R., Egim, A. S., & Atsarina, A. (2021). *Pengaruh Nilai Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia*. 4(3), 2021. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Ferrel, P. (2002). *Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari* (7th ed., Vol. 1). Binarupa Aksara.
- Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2000). Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of the Differences between Switchers and Stayers. *Journal of Marketing*, 64.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., William, C. B., Barry, J. B., Rolph, E. A., & Ronald, L. T. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.

- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Haris, D., & Welsa, D. H. (2018). *Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta)* (Vol. 2, Issue Desember).
- Harjadi, D., & I, A. (2021). *Experiental Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Iradawaty, S. N., & Airlangga, I. B. (2021). Brand Equity, Brand Image Terhadap Customer Value Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*.
- J. Walter Thompson, I. (2012). *SXSW presentation spotlight how brands can leverage FoMO*.
- Jogiyanto, & Abdillah. (2011). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia S, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexao e Critica*, 34(1). <https://doi.org/10.1186/s41155-021-00181-0>
- Kartajaya, H. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Erlangga.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fifth Edition* (Fifth Edition). Pearson Education.
- Keller, L. (1993). *How to manage brand equity*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, & Armstrong. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, & Armstrong. (2020). *Principles of Marketing* (12th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga, Ed.; 13th ed.).

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). PT. Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Erlangga, Ed.; Jilid 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). *Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)*.
- Matondang, N., Miguna, & Astuti. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Mercy, C. L. S. (2021). Terhadap Repeat Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata Di Kota Medan). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X* (Issue 2).
- Nawa, C. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Nestle Pure Life. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 7(1).
- Sujana, & Pandu M. (2018). *Pengaruh Ekspektasi Konsumen, Nilai Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Purnomo, T. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. In *Management & Accounting Expose e-ISSN* (Vol. 4, Issue 2). <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk wardah yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 2023.
- Ramadhani M, N., Studi Administrasi Bisnis, P., & Timur, J. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua* (Vol. 11, Issue 2).
- Rita, & Kumayas, F. F. (2020). Analisis Pengaruh Brand Equity dan Perceived Product Quality terhadap Customer Value. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 111–118. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.131>
- Saputra, D., Rizal, Z., & Manullang, R. (2022). *Pengaruh Customer Relationship Marketing, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Wwww.Stie-Ibek.Ac.Id
- Schiffman, & Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Gramedia.

- Schiffman, & Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen* (Kedua). PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (20th, Global Edition ed.). Pearson.
- Sciffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik, Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan* (1st ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, & aksono, Drs. Y. (2022). *Perilaku Konsumen* (M. A. Kalijaga, Ed.; 1st ed.).
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.
- Supriyanto, A. S., & Machfudz, M. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. UIN Malang Press.
- Sutrisno, N., & Nurrahmat, S. (2020). *Pengaruh Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dalam Industri Perbankan Syariah* (Vol. 12, Issue 1). [Http://Jurnaltsm.Id/Index.Php/Mb](http://Jurnaltsm.Id/Index.Php/Mb)
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Andi Offset, Ed.).
- Tjiptono, F., & Chandra. (2017). *Manajemen Strategik* (3rd ed.). Andi Offset.
- To, P. L., Liao, C., & Lin, T. H. (2007). opping Motivations On Internet: a Study Based On Utilitarian And Hedonic Value. *Echnovation: The International Journal of Technological Innovation, Entrepreneurship and Technology Management*, 27.