

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). the effect of brand satisfaction, brand trust, and brand experience to brand loyalty of Kompas digital. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 4(1), 60–64.
- Afthanorhan, A., Ghazali, P. L., & Rashid, N. (2021). Discriminant Validity: A Comparison of CBSEM and Consistent PLS using Fornell & Larcker and HTMT Approaches. *Journal of Physics: Conference Series*, 1874(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1874/1/012085>
- Ahmad, Z., Jun, M., Khan, I., Abdullah, M., & Ghauri, T. A. (2016). Examining Mediating Role of Customer Loyalty for Influence of Brand Related Attributes on Customer Repurchase Intention. *Journal of Northeast Agricultural University*, 23(2), 89–96. [https://doi.org/10.1016/S1006-8104\(16\)30052-6](https://doi.org/10.1016/S1006-8104(16)30052-6)
- Albaity, M., & Bani, S. (2017). Novelty seeking , image , and loyalty — The mediating role of satisfaction and moderating role of length of stay : International tourists ' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 23, 30–37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.04.001>
- Alfia, Nur, J. D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *ReLaa Roiba Journal Slaj : Religion Education Social*, 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Loyalty : A Contingency Framework. In *Drexel University* (Vol. 20, Issue February, pp. 123–138). <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Anton Yuliansyah, & Timotius Dwi Handoko. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 100–108.
- Arianto, T., & Sari, E. P. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Perceived Value, dan Perceived Switching Cost terhadap Loyalitas Pelanggan PT . Telkomsel, Tbk Cabang Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1), 237–244.

- Cahyani, Katarina Shinta Dwi, Muljani, N., & Lukito, R. S. H. (2022). Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 78–89. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3884>
- Cahyati, D. N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen produk Buccheri di Kota Kediri. (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*)., 106.
- Chuah, S. H., Marimuthu, M., Kandampully, J., & Bilgihan, A. (2017). What drives Gen Y loyalty ? Understanding the mediated moderating roles of switching costs and alternative attractiveness in the value-satisfaction- loyalty chain. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 36(July 2016), 124–136. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.01.010>
- Chusnaini, A., Rasyid, R. A., & Candraningrat. (2022). Pengaruh Percieved Quality, Corporate Image, Perceived Value Yang Di Mediasi Oleh Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty. *Media Mahardhika*, 20(2), 264–275. <http://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/394%0Ahttp://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/download/394/256>
- Ciputrada, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality , Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction , Trust , dan Customer Behavioral Intention (Survei pada Customer Toko Online www.blibli.com). *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109–128.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
- Dewi, A. S. (2021). Pengaruh Perceived Value, Brand Experience, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi pada Pengguna Spotify Premium). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas FEB Brawijaya*, 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7193>
- Dhita Pratika. (2021). Pengaruh Advertising, Preceived Value, Dan Social Infuence Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmtik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar). In *Frontiers in Neuroscience* (Vol. 14, Issue 1).
- Dzulhidayat. (2022). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Diss. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 8.5.2017, 2003–2005.

- Firmansyah, I., & Mahfudz, M. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop di Kota Semarang). (*Doctoral Dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*), 6(August), 128.
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 121–128.
- Garson, G. D. (2016). Series Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models. In *Multi-Label Dimensionality Reduction*. Statistical Associates. <https://doi.org/10.1201/b16017-6>
- Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Tariq, U., & Murtaza, F. (2020). Impact of Customer Satisfaction and Brand Image on Brand Loyalty. *Business Innovation & Technology Management*, 002(October), 069–077. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201280>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haeruddin, F., & Seri, S. (2022). *Brand Image & Kualitas Produk*. CV. Berkah Utami.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Practical Assessment, Research and Evaluation*. SAGE Publications.
- Herani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung). *Universitas Lampung*, 301(5), 83.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2022). the Influence of Brand Image To Customer Satisfaction a Case Study of Zara At Pvj Mall Bandung. *E-Proceeding of Management* :, 3(2), 19–49.
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Equity melalui Brand Loyalty Provider Telkomsel di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 653–663. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1250>
- Irawati. (2021). Pengaruh Brand Experince dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty pada Pelanggan Bon Cabe di Jakarta (Customer Satisfication sebagai Variabel Mediasi). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 16–21.
- Jannah, M., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Relationship

Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Ngemil Banana Chips. *STREAMING Jurnal Manajemen*, 1(1), 20–24. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/469>

Karaboga, K., KOÇYİĞİT, N., Yazgan, A. E., & Karaboga, E. N. C. (2017). A Study on Online Shopping Sites from Perspective of Perceived Value and Perceived Customer Satisfaction. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 7(6), 1–32.

Khalishah, A., & Tarigan, H. (2023). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan Perceive Value Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prakerja. *Marketgram Journal*, 1(2), 130–144.

Khatimah, H. K., & Komalasari, D. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Optimal: Jurnal Ekonomi ...*, 16(1), 16–33. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/view/4451%0Ahttps://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/download/4451/2485>

Li, Y., & Shang, H. (2020). Information & Management Service quality , perceived value , and citizens ' continuous-use intention regarding e-government : Empirical evidence from China. *Information & Management*, 57(3), 103197. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103197>

Lia Arisyanti ndun. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Layanan Internet Indihome. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 78–84.

Mai, D. S., & Cuong, D. T. (2021). Relationships between Service Quality , Brand Image , Customer Satisfaction , and Relationships between Service Quality , Brand Image , Customer Satisfaction , and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 8(March). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>

Nataline, E. (2020). Pengaruh Customer Preceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaciton Sebagai Variabel Intervening Pada Produk MS Glow di Kota Malang. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.

National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>

Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 130–141.

Nyadzayo, M. W., & Khajehzadeh, S. (2016). The antecedents of customer loyalty:

A moderated mediation model of customer relationship management quality and brand image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 262–270. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.02.002>

- Philip Kotler & Kevin L Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. (13th ed.).
- Philip Kotler dan Kevin L Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In A. Maulana & W. Hardani (Eds.), *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2). penerbit erlangga.
- Pranadata, I. G. P., Rahayu, M., & Hussein, A. S. (2017). Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Industri One Stop Carcare Service di Kota Malang) I Gede Putu Pranadata, Mintarti Rahayu, Ananda Sabil Hussein. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 217–228.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Putri Apriyanti, Djasuro Surya, & Lutfi. (2019). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 159–165. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM>
- Rahayu, J. (2022). Pengaruh Trust, Brand Image Dan Wom Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu AS Provider Telkomsel Pada Mahasiswa Unmuh Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 12–22. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7317>
- Randika, M. I., & Yolanda, O. (2021). The effect of service quality, brand image and price perception of IM3 prepaid card on customer satisfaction in central Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 97–104. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v6i2.365>
- Riyanto, F. A. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 15(1), 65–84. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.1071>
- Roy, J., & Ndoen, A. (2019). . Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotspot Wifi.Id Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7014–7043.
- Rubio, N., Villaseñor, N., & Yagüe, M. J. (2017). Creation of consumer loyalty and trust in the retailer through store brands : The moderating effect of choice of

store brand name. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 358–368. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.07.014>

- Sabela, C. (2023). Innovation Capability Dan Supply Chain Integration Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Studi Kasus Umkm Gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- Sapitri, E. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240.
- Shinta, K., Cahyani, D., Muljani, N., Sigit, R., & Lukito, H. (2022). Pengaruh Brand Image , Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11(1), 78–89. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3884>
- Sisvanka, A., & Aziz, F. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Carne Smoked BBQ Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 203–212.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo. S.Pd (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Layanan Video Streaming Digital Viu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 532–539. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35418>
- Tirtayasa, A. (2023). Peran Customer Engagement dalam Memoderasi Pengaruh Customer Experience dan Brand Image terhadap Customer Loyalty (Studi pada pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel PT. Telkom Indonesia). *PhD Thesis. UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA*.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 (ed.)). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). ANDI.
- Tuti, M., & Sulistia, V. (2022). The Customer Engagement Effect on Customer

Satisfaction and Brand Trust and Its Impact on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.18196/mb.v13i1.12518>

Wahyudi, N., Fadhila, M., & Ningrum, N. K. (2023). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Nilai yang Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3074–3093. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.2893>

Wahyuni, I. P. (2020). Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty melalui Brand Love (Studi pada Pelanggan Starbucks). *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*, 4(1), 1–17.

Wandira, R., & Arief Hadian. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Binjai). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(02), 95–104. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v2i02.104>

Wulandari, Y. A., & Santoso, B. (2019). Pengaruh Interpersonal Service Quality Dan Self Service Technology Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Pada Pelayanan Statistik Terpadu (Pst) Badan Pusat Statistik (Bps) Provinsi Jawa Tengah. *NCAB (National Conference on Applied Business)*, 279–290.

Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pusaka kebaya di singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61–73.

Yulianto, A. D., Sunaryo, & Aisjah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kedai Kopi Cak Wang Di Kota Jember). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 240–253.