

DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, & Firdausy. (2020). Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Arsita, & Sanjaya. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Asmita, & Erianjoni. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti *Trend Fashion* Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v2i2.66>
- Azwar. (2020). *Metode Penelitian penyusunan skala*.
- Baraja, & Kohardinata. (2022). Pengaruh *Taste* dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Syahi Haleeb Pada Arab dan Non Arab. *Manajemen*, 7(April), 243–251.
- Butarbutar, Efendi, & Simatupang. (2021). *Brand Loyalty* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *04(01)*, 40–54. <https://doi.org/10.35138/organu>
- Devi, Margaretha, & Arafah. (2023). Pengaruh *Brand Love* Pada *Brand Loyalty* Melalui *Self-Esteem* dan *Brand Trust*. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 327–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3645>
- Farhan, & Aditya. (2019). *The Influence Of Brand Image And Brand Experience On Brand Loyalty On Brizzi Card Users At Bri Unit Sentra Bisnis Driyorejo*. *Jurnal Ekonomi*, 20(1), 23–35. <https://doi.org/10.29138/je.v20i1.65>
- Fatmalasari. (2019). Hubungan *Brand Image* dengan *Brand Loyalty* Pada Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Semarang. *Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Dosen*, 9(4), 11.

- Fratama, & Pratisti. (2022). Loyalitas Merek Melalui Pengalaman Merek Dan Nilai Pelanggan Smartphone Xiaomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 5(1), 165–173. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.492>
- Gultom, Chairunnisa, & Tamba. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Perceived Quality* Terhadap Repurchase Intention Melalui *Customer Satisfaction* Pada Produk Dbd Powder Medan. *Value*, 2(2), 26–42. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.212>
- Gultom, & Hasibuan. (2021). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 3(1), 214–225.
- Indrasari. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Isnaini. (2021). Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Switching Barries* Terhadap *Customer Loyalty Royal Food*.
- Japarianto, & Nugroho. (2020). Analisa *Customer Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui Customer Satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10025>
- Koranti, & Wicaksana. (2021). Peran *Perceived Value* Dalam Memediasi *Brand Awareness* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Loyalty*. *Psikologi*, 15, 40–50.
- Kusumaningrum, Wachyuni, Ritasari, & Kusumaningsih. (2019). Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Di Pantai Sentosa Restaurant Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(1), 129–143.
- Mahendra, & Kurniawati. (2023). Pengaruh *Brand Love* Pada *Brand Loyalty* Serta Peran *Self-Esteem*, Dan *Susceptibility To Normatif Influence*. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 519–530. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15574>
- Nikmah. (2019). Hubungan *Relationship Marketing*, *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty*. *Kompetensi*, 11(2), 196–209.

- Ningrum, & Budiani. (2023). Hubungan Antara *Perceived Usefulness* Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Kesehatan X. *Jurnal Psikologi Udayana* 2023, 10(01), 263–275. <https://doi.org/10.24843/JPU/2023.v10.i01.p06>
- Nuhadriel, Japiana, & Keni. (2021). Pentingnya *Brand Communication*, *Brand Experience*, Dan *Brand Image* Dalam Meningkatkan *Brand Loyalty* Pada Ritel *Furnitur: Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 264–277. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4075>
- Nurfajriani. (2020). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan (Harapan Pelanggan) Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet (Studi Kasus Pada Pelanggan Internet Pt. Telkom Cabang Bima). *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 4(3), 19–28. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i3.795>
- Prawira, & Setiawan. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Satisfaction*, Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(12), 1305. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i12.p03>
- Prayoga. (2019). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pengguna *Smartphone Samsung*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 411–418. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i3.4428>
- Priyatno. (2018). *SPSS panduan Mudah Olah data Bagi Mahasiswa dan Umum* (pp. 1–197).
- Putra. (2022). Hubungan Antara *Brand Trust* Dengan *Brand Loyalty* Pada Pengguna *Smartphone Samsung*. *Jurnal Utilitas*, 7(2), 31–38. <https://doi.org/10.22236/utilitas.v7i2.8425>
- Putranto, & Sudrajat. (2015). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada PT BPR Di Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi*, 3(7), 1–16.
- Rahayu, & Faulina. (2022). Pengaruh *Digital Customer Experience* dalam Menciptakan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di Era Digital. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.568>

- Riyanto, Tanjung, & Rahim. (2021). Peran *Customer Satisfaction* Dalam Memediasikan Pengaruh *Service Quality* Terhadap Customer Loyalty Pada Balai Besar Karantina Pertanian Tanjung Priok. *Manajemen*, 9(5), 1–7.
- Riyasa, Dewi, & Lina. (2020). Peran *Brand Love* Memediasi Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Umkm Kuliner Di Denpasar. *Ilmu Manajemen*, 11(2), 86–103.
- Rozaini, & Ginting. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>
- Rozak, Harto, Arissaputra, & Nisa. (2022). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* dengan Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada PT. Unilever. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(2), 271–281. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i2.1093>
- Sherly, & Keni. (2022). *S-Commerce Cues* Sebagai Prediktor Terhadap *Repurchase Intention: Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.16190>
- Simanjuntak, C., & Purba. (2020). Peran Mediasi *Customer Satisfaction* dalam *Customer Experience* Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 171–184. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4795>
- Stefany, Padmalia, & Effendy. (2021). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Dengan *Brand Love* Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna *Iphone* Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sugiyono. (2019). Definisi dan Operasional Variabel Penelitian. In *Definisi dan Operasional Variabel Penelitian*.
- Sumiati, Sanjaya, & Swara. (2021). Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Jasa Pengiriman Jalur Darat Pada PT . Bali Semesta Agung *Express* di Denpasar. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 443–456.
- Susilo. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Sebuk Jelly Nutrijeli Di Jakarta Timur. *Bisnis*, 9(2), 5–24.

- Sutrisno. (2019). Pengaruh *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Brand Image* Dan *Demographic Attributes* Sebagai Variabel Moderator. *Ekonomi Dan Bisnis*, 16(8), 29–38.
- Tannus, & Andreani. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Toko Online *Frenue.id* di *Shopee*. *Agora*, 10(2), 1–7.
- Tanzila. (2021). Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan *Brand Loyalty* Pada Mahasiswa Pengguna *Xiaomi* Di Uin Ar-Raniry Banda Aceh.
- Theodore. (2022). Hubungan *Product Quality* Dan *Pricing* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Konsumen Produk Model Kit. *Psikologi*, 9(Senapih), 38–44.
- Uyun, & Puspitadewi. (2019). Hubungan Antara Citra Merek Dengan Loyalitas Merek Pada Mahasiswa Psikologi Unesa Pengguna Kosmetik X Indria. *Psikologi*, 8(6), 36–44.
- Yunaida. (2019). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.