

Daftar Pustaka

- Adiputra, yustinus ryan, & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agistia, N. M. M., & Nurcaya, I. N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 259. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p10>
- Amanda, D. P., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 53–62. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i1.813>
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 2074–2082.
- Astuti, D. (2017). Analisis Pengaruh Consumer Attributes, Brand Awareness Attributes, Dan Brand Image Attributes Terhadap Brand Equity Dan Keputusan Memilih Jasa Pendidikan (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Di Bengkalis). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 36. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v5i1.170>
- Awaliyah, M. (2020). PENGARUH MODEL KEBAYA TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MUSLIM (Study Kasus Di Pasar Rawasari Jambi).

Engineering, Construction and Architectural Management, 25(1), 1–9.

Basuki, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Percetakan Yesika Di Lumajang. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id

Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang. *Proceeding Seminar Nasional Dan Call Dor Papers 2019, September*, 236–244.

Emmanuel Ikechukwu Okoye, Austin Nwekemezie Odum, Mary-fidelis Chidoziem Abiahu, & Gloria Chinwe Odum. (2017). Impact of Balanced Scorecard on Firm Value of Quoted Manufacturing Companies in Nigeria. *The Nigerian Accountant: The Official Journal of the Institute of Chartered Accountants of Nigeria (ICAN)*, 50(4), 38–44.

Fakaubun, U. F. K. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG SEPATU ADIDAS DI MALANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang). *Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 221–234.

Ferdiawan, Y., Hermawan, A., Wardana, L. W., Arief, M., & . S. (2018).

- Satisfaction as Effect Mediation of Brand Image and Customer Relationship Management on Customer's Loyalty. *KnE Social Sciences*, 3(3), 34. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i3.1872>
- Ferrinadewi, E. (2007). Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 1(2), 1–8.
- Irawan, A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Model Hubungan Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Provider Telkomsel Di Kota Surabaya Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem). *Juminten*, 1(6), 13–24. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i6.208>
- Kendri, & Saputra, A. (2018). Pengaruh strategi promosi dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian. *Manajemen Bisnis*, 30(1).
- Kotler, Philip and Lane, K. (2015). *Marketing Management (15th Global Edition)*. 2015.
- Kotler. (2014). *principles of marketing*No Title.
- LAILIYAH, N. I. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen Fast Food McDonald's di Kota Malang)*. April.
- Larasari, E., Lutfi, L., & Mumtazah, L. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN EVENT SPONSORSHIP TERHADAP PURCHASE*

INTENTION DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.35448/jmb.v10i2.4234>

MAULYDA, Z. (2017). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Oppo Smartphone di Indocell Malang)*.

MERLIN SAVITRI. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus Pada PT.Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor)*. 14–56.

Nurhasanah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gerai Songket Fikri Palembang. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.

Oktadiani, & Dinar, O. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–21.

Rachman, T. (2018). pengaruh merek, kualitas, harga dan brand ambassador terhadap kepuasan pelanggan pada produk azila rumah muslim jambi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.

- Rachmawati, F. (2021). KUALITAS HASIL PRODUK BAJU MUSLIMAH DAN MUKENAH UMKM (NAFILA COLECTION) TERHADAP MINAT KONSUMEN PONDOK PESANTREN DI BANGIL. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Ramadhan, I., & Saputri, M. E. (2021). *PENGARUH CRISTIANO RONALDO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE*. 8(1), 6.
- Razali, Z. (2020). TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP BISNIS SALON MUSLIMAH KOTA MEDAN. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 25(1), 1–9.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- RIZKI, S. P., & MUDIANTONO, M. (2016). ... *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap* <http://eprints.undip.ac.id/48932>

Sapitri Eka, Sampurno, H. I. (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.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.

Utari, A. G., Zahri, W., & Idrus, Y. (2013). *STUDI TENTANG KERAJINAN SULAMAN BENANG EMAS DI NAGARI SANIANGBAKA KECAMATAN X KOTO SINGKARAK KABUPATEN SOLOK*. 101(September).

Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 9(5), 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607>
<https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2020.02.034>
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228>
<https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773>
<https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011>

Widiana, I., & Sukawati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Pt. Unilever. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 255017.

- Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R. B., & ... (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Image Dan Brand Awareness. ... *Manajemen Dan ...*, 12(2), 127–137. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/38727>
- Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(2), 1237–1243.
- Adiputra, yustinus riyon, & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agistia, N. M. M., & Nurcaya, I. N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 259. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p10>

- Amanda, D. P., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 53–62. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i1.813>
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 2074–2082.
- Astuti, D. (2017). Analisis Pengaruh Consumer Attributes, Brand Awareness Attributes, Dan Brand Image Attributes Terhadap Brand Equity Dan Keputusan Memilih Jasa Pendidikan (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Di Bengkalis). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 36. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v5i1.170>
- Awaliyah, M. (2020). PENGARUH MODEL KEBAYA TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MUSLIM (Study Kasus Di Pasar Rawasari Jambi). *Engineering, Construction and Architectural Management*, 25(1), 1–9.
- Basuki, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Percetakan Yesika Di Lumajang. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang.

Proceeding Seminar Nasional Dan Call Dor Papers 2019, September, 236–244.

Emmanuel Ikechukwu Okoye, Austin Nwekemezie Odum, Mary-fidelis Chidoziem Abiahu, & Gloria Chinwe Odum. (2017). Impact of Balanced Scorecard on Firm Value of Quoted Manufacturing Companies in Nigeria. *The Nigerian Accountant: The Official Journal of the Institute of Chartered Accountants of Nigeria (ICAN)*, 50(4), 38–44.

Fakaubun, U. F. K. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG SEPATU ADIDAS DI MALANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang). *Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 221–234.

Ferdiawan, Y., Hermawan, A., Wardana, L. W., Arief, M., & . S. (2018). Satisfaction as Effect Mediation of Brand Image and Customer Relationship Management on Customer's Loyalty. *KnE Social Sciences*, 3(3), 34. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i3.1872>

Ferrinadewi, E. (2007). Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 1(2), 1–8.

Irawan, A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Model Hubungan Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Provider Telkomsel Di Kota Surabaya Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem). *Juminten*, 1(6), 13–24.

<https://doi.org/10.33005/juminten.v1i6.208>

Kendri, & Saputra, A. (2018). Pengaruh strategi promosi dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian. *Manajemen Bisnis*, 30(1).

Kotler, Philip and Lane, K. (2015). *Marketing Management (15th Global Edition)*. 2015.

Kotler. (2014). *principles of marketing* No Title.

LAILIYAH, N. I. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen Fast Food McDonald's di Kota Malang)*. April.

Larasari, E., Lutfi, L., & Mumtazah, L. (2018). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN EVENT SPONSORSHIP TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.35448/jmb.v10i2.4234>

MAULYDA, Z. (2017). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Oppo Smartphone di Indocell Malang)*.

MERLIN SAVITRI. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI*

PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus Pada PT.Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor).
14–56.

Nurhasanah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gerai Songket Fikri Palembang. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.

Oktadiani, & Dinar, O. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–21.

Rachman, T. (2018). pengaruh merek, kualitas, harga dan brand ambassador terhadap kepuasan pelanggan pada produk azila rumah muslim jambi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.

Rachmawati, F. (2021). KUALITAS HASIL PRODUK BAJU MUSLIMAH DAN MUKENAH UMKM (NAFILA COLECTION) TERHADAP MINAT KONSUMEN PONDOK PESANTREN DI BANGIL. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.

Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>

Ramadhan, I., & Saputri, M. E. (2021). *PENGARUH CRISTIANO RONALDO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE*. 8(1), 6.

Razali, Z. (2020). TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP BISNIS SALON MUSLIMAH KOTA MEDAN. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 25(1), 1–9.

Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.

RIZKI, S. P., & MUDIANTONO, M. (2016). ... *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap* <http://eprints.undip.ac.id/48932>

Sapitri Eka, Sampurno, H. I. (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. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>

3

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.

Utari, A. G., Zahri, W., & Idrus, Y. (2013). *STUDI TENTANG KERAJINAN SULAMAN BENANG EMAS DI NAGARI SANIANGBAKA KECAMATAN X KOTO SINGKARAK KABUPATEN SOLOK*. 101(September).

Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 9(5), 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607><https://doi.org/10.1016/j.ijjsu.2020.02.034><https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228><https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773><https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011>

Widiana, I., & Sukawati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Pt. Unilever. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 255017.

Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.

Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R. B., & ... (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Image Dan Brand Awareness. ... *Manajemen Dan ...*, 12(2), 127–137.

<https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/38727>

Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(2), 1237–1243.