

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F. N., & Juju, H. U. (2019). Pengaruh Atribut Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Sebagai Pengguna Smartphone Vivo) (*Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas*).
- Astuti, M., MM, M., Matondang, N., Kom, S., & MM, M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Candra, C., Amil, A., & Iswanto, D. (2019). Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel Di Kantor Pt. Grapari Mataram). *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 1(1).
- Christin, M., Obadyah, A. B., & Ali, D. S. F. (2021). *Transmedia Storytelling*. Syiah Kuala University Press.
- Ferdinands, L. C. (2019). Pengaruh *brand loyalty*, *word of mouth*, dan *celebrity endorsement* terhadap *repurchase intention*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3).
- Firdaus, A. L. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya) (*Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya*).
- Herawaty, A. (2018). Loyalitas Konsumen: Peran Citra Merek Pasmira Di Gresik. *Psikosains (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 13(1), 17-32.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Hermawan, Y. (2017). Analisa Pengaruh *Celebrity Endorsement* Lee Min Ho Dalam Iklan Luwak White Koffie Terhadap *Brand Image* dan *Repurchase Intention*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1), 6.

- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020, November). Analisis Pengaruh *Brand Trust*, *E-Wom*, Dan *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. In *Prosiding Biema (Business Management, Economic, And Accounting National Seminar)* (Vol. 1, Pp. 1351-1363).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson.
- Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* Yohanes Surya Kusuma Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Jl.
- Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* Dan *Brand Trust* Harley Davidson di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Lukito, W. A. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90-95.
- Nasution, Y. P. A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Peralihan Merek (*Brand Switching Behavior*) Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee) (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Image*, *Perceived Quality*, *Brand Loyalty* Terhadap *Brand Equity* Pengguna Telkomsel. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 130-142.
- Özlem Sürücüa. (2019). *Brand Awareness, Image, Physical Quality And Employee Behavior As Building Blocks Of Customer-Based Brand Equity: Consequences In The Hotel Context*. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 40 (2019) 114-124
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.

- Prakoso, A., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh *Social Media Advertising* Terhadap *Word Of Mouth* Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang yang Menggunakan Instagram). Brawijaya University.
- Prastyaningsih, A. S. (2014). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* (Niat Membeli Ulang) (Survei Pada Konsumen Kfc Di Lingkungan Warga Rw 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan) (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal agrica*, 11(2), 70-78.
- Rajalie, J., & Briliana, V. (2014). Pengaruh *trust*, *perceived usefulness*, *satisfaction* dan *perceived enjoyment* terhadap *online repurchase intention*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 16(1), 12-20.
- Safadori, N., & Hidayat, A. M. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandung Tahun 2019. *Eproceedings Of Applied Science*, 5(2).
- Satria, F., & Munggaran, N. R. D. (2022). Komunikasi Pemasaran Paket Data Internet Freedom. *Dialog*, 7(1), 53-79.
- Septian, H. E., & Lestariningsih, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Celebrity Endorse* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 8(9).
- Suharsono, Y. (2012). Analisis Pengaruh *Social Media Advertising*. *Ewom*, dan *Peer Groups Terhadap Trust* dan *Purchase Intention*.
- Sujarweni, V. (2014). Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*.
- Susanto, E. (2022). Pengaruh *Advertising* Berbasis Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Pipe And Barrel Surabaya. *Gemilang: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 12-30.
- Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.

- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan *Online Shopping* (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1058-1068.
- Yuliyani, R. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi Di Pulo Gebang Jakarta Timur) (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*).
- Yuliyani, R. (2021). *Implementasi Bauran Pemasaran Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi Di Pulo Gebang Jakarta Timur)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 21-28.
- Zaluchu, S. E. (2021). Metode Penelitian Di Dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 3(2), 249-266.
- bibli.com (di akses juni 2022)
- iprice.co.id (di akses juni 2022)
- Statista.com (di akses juni 2022)
- Topbrandaward.com (di akses juni 2022)
- We Are Social.com (di akses juli 2022)