

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Ahmad, Hidayat. 2013. *Analisis Pengaruh Citra AbdullahYusri, RavitaDwi Yana dan Suharyono*. 2015. *Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (survey pada konsumen produkbusana muslim Merek, Kualitas Produk dan Harga TerhadapKepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Member PT. Melia Sehat Sejahtera di UIN SyarifHidayatullah Jakarta) Skripsi*. Jakarta: Sarjana Jurusan Manajemen
- Andrianti, Inka Janita Sembiring, dan Suharyono. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. *Fakultas Ilmu Administrasi*, Vol. 15 No. 1
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*. *Journal of marketing*, 65(2), 81-93.1
- Darma, M. B., Effendi, S., & Juari, A. A. T. (2018). *Pengaruh citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik*. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(1), 1–8.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.1236827>.
- Dinda Mutiara Puspita Sari. (2024). *Pengaruh Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Lipstik Hanasui Dikalangan Mahasiswi Stia Tabalong*. *Jurnal Administrasi Publik dan Jurnal Administrasi Bisnis*. Tabalon. 10-11.
- Dama Mustika, Anis Mahmudah Dariati *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 14 (2), 181-192024.
- Dinda Mutiara Puspita Sari, Saumira Mirnayanti *JAPB* 7 (2), 1211-1222, 2024.
- Dian Nur Ulfah, Martinus Rukismono, Erwin Rediono *TaSeminar Nasional Ilmu Terapan* 4 (1), 2024.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). *Marketing through divergence on brand attitude*.5 *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828.6
- Emylia Dzulkharnain *pengaruh pengaruh persepsi harga,ciitra merek dan kualitas produk terhadap keputusan*Vol. 1, No. 2, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367 (ONLINE).
- Fanany, Faishal dan Hening Widi Oetomo, 2015, “*Pengaruh Brand Image danService Quality terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan*”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4, No. 1
- Griffin, Jill 2005. *Customer Loyalty : Menumbukan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Edsi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Mimin Yatminiwati, Emmy Ermawati *Publication date* 2021/6/1 *Journal JUMPA Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi* Volume 14 Issue 2 Pages 105-114.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). *The influence of source credibility on communication effectiveness. Public opinion quarterly*, 15(4), 635-650.1.
- Hariyanti, N dan Wirapraja, A. 2018. *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). Jurnal eksekutif* Volume 15; 113-146.
- JIM UPB (*Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*) 10 (2), 163-170, 2022 *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* 7 (2), 2021.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk ekonomi dan bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- Kusuma wati Andriani, Suharyono dan DewiKurniawati. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*
- Keller, K. L. (2016). Reflections on customer-based brand equity: Perspectives, progress, and priorities. *Journal of Marketing*, 80(6), 108-123.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (Edisi 15 J ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. a. G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey : Pearson Pretice Hall.
- Lutiary Eka Ratri. (2007). *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro: Semarang.
- Novitasari, E., Nawangsih, N., & Robustin, T. P. (2022). Pengaruh Packaging, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 4(4), 258–266.
- NLI Putri, F AI Maidah, VL Rizki, Y Anggraeni. (2022). *Pelatihan pembuatan iklan berbasis digital marketing untuk pengembangan produk UMKM*.
- Mahyarni, M. (2013). *Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku)*. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13- 23.
- Messing, S., & Adamic, L. A. (2012). *Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. Science*, 335(6070), 1130-1132.
- Nugroho, Anton, Yohanes, (2011), *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*, Skripta Media Creative, Yogyakarta.
- Nugroho, R. (2011). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press. Hal. 33.
- Pantri Heriyati & Septi (2011), *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone*

- Nexian, Journal of Business Strategy and Execution. BINUS Business School, Jakarta.
- Plummer, J. T. (1985). *The concept of brand personality. Journal of marketing*, 49(1), 85-95.
- Patzer, G. L. (2008). *The power of looks: What the physical attractiveness of others means to you. AMACOM Div American Mgmt Assn.*
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, d. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal. 121.
- Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69–84.
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Bisnis Edisi 5*, Bandung, Penerbit IKAPI. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta fakultas ekonomi dan bisnis 2010
- Smith, A. N., Fischer, E., & Yongjian, C. (2012). *How does brand-related user-generated content differ across YouTube, Facebook, and Twitter?. Journal of interactive marketing*, 3 26(2), 102-113.4.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Verleun, M., Van der Aa, E., & Timmers, P. (2014). *Virtuous or vicious circles? A dynamic analysis of value congruence and organizational yidentification. Academy of management Journal*, 57(4), 1146-1170.
- Widarjono, A. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press. Hal. 22.
- Weber, S., & Monge, P. (2011). *Network-based approaches to measuring the impact of social media. Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(2), 201-227.