

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Cahyati, D. N. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek 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*.
- Chusniartiningih, E., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 85-95.
- Diah, T. U. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna IM3 (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science*.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.
- Fakaubun, U. F. K. (2020). 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). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 2(2), 58-73.
- Felsi, F., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2022). Pengaruh kualitas layanan, citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Unaware of Brand: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(4), 799-805.
- Ferdinand, Augusty. (2022). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom & Samosir. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Sim Card Telkomsel (Studi Kasus pada Masyarakat Tangerang Selatan). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.

- Hakim. (2023). Pengaruh CRM Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Survey pada Petani Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. *Cakrawala*, 12(1). <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.263>.
- Hossain. (2019). An Evaluation of Brand Image, Product Attribute And Perceived Quality of A Selected Consumer Non-durable Product. *Administration and Management Review*, Vol. 19.
- Husein. (2016). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Indriantoro dan Supomo. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPF.
- Irawan. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Kotler, Philip. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari. Tradisional Ke Digital*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed, Prentice Hall*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kurniati, A. D., Farida, N., & Nurseto, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ponsel Nokia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 21-29.
- Laila, U. N., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan McDonald's MT Haryono). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 6(02).
- Nurkhasanah, R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Yogurt Cimory Di Kabupaten Madiun. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6233-6246.
- Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 240-252.

Pattilasa, A. A., & Dwiridotjahtjono, J. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2687-2700.

Pratama, R. A., Rahayu, S., & Yamalay, F. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Variabel Intervening Kepuasan Wisatawan Danau Shuji di Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(3), 119-128.

Rachmanu, E. D. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 14(2).

Rachmanu, Edvian Ditya. (2022). The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2, 104-115.

Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2019). Analisis pengaruh Kesadaran Merek, 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), 59-70.

Robby, Dharma. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*. Vol. 6, No. 2.

Roslina. (2020). Citra Merek : Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 No 3, Mei 2020: 333-346.

Sanora, Nursaid & Sugroho. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/rt/printerFriendly/10791/0>.

Santosa & Febriadi. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmetic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. 5(3): 997-1009.

- Saputra & Padmanty. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Indigo Jombang. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen. Vol. 7, No. 2.*
- Schiffman dan Kanuk. (2021). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Simamora, Henry. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi 11*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Singgih, Santoso. (2021). *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, N. A. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pasar dengan kepuasan sebagai variabel intervening di toko Abang-Adik. *Jurnal Benefita, 4(2), 363-376.*
- Siti, Hanim, F. (2019). Pengaruh persepsi kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis, Volume 4, Nomor 2 (hlm 307-316).*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto dan Limakrisma. (2021). *Metode Riset Bisnis : Edisi Revisi*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tias Widiaswara, Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-15.*
- Utami, Cristina Widya. (2020). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Utami, D. T., & Saryadi, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna IM3 (Studi PADA Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(4), 231-244.*
- Vikar, Irianto dan Adi. (2021). The Effect Of E-Service Quality, Brand image, E-Customer Relationship Management On E-Customer Satisfaction At Gojek Padang. *Journal of Business Studies and Management Review, 6(1), pp.38-42.*

- Vivi, T. W. (2023). Pengaruh Service Quality Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Dengan Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Perspektif Bisnis Syari'ah (Studi Pada Konsumen Grab Di Bandar Lampung). *Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung*.
- Viot. (2019). Effect of Inner and social dimension of brand image on consumer attitude toward brand extension. *Wacana Journal of Social and Humanity Studies, 20(1)*.