

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Ae Publishing.
- Af'idah, I., & Kurniawan, A. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. *Jurnal Manajemen Dan Tarbiyatul Islam, Vol. 1, No.*
- Amirullah. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen.”. *Jurnal Manajemen, Vol. 13, N.*
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk Cetakan Pertama*. Qiara Media.
- Andrian, D. dan R. M. (n.d.). Manfaat Pemasaran Media Sosial Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2021.*
- Aprillia, A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 19, N.*
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran(Dasar, Konsep & Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti dan Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Chaniago, H. (2022). Understanding purchase motives to increase revenue growth: A study of nanostores in Indonesia. *Innovative Marketing, 17(4)*. [https://doi.org/10.21511/im.17\(4\).2021.01](https://doi.org/10.21511/im.17(4).2021.01)
- Darma. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Betganda, Uji t, Uji f.*. Guepedia.
- Dewi, N. S., & Sudiksa, I. B. (2019). *PERAN KEPERCAYAAN MEREK MEMEDIASI ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK Dewasa ini persaingan bisnis kian hari semakin*

kompetitif. Hal ini dikarenakan terj. 8(6), 3784–3813.

- Dirgantari, P. D., Yusary, S., Wibowo, L. A., Hidayat, Y. M., Soegoto, E. S., Mahphoth, M. H. Bin, & Martha, J. A. (2022). Increase Brand Loyalty Through Brand Benefits on Domestic Products in Indonesia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(5), 802–814. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i5.1059>
- Duli. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. CV Budi Utama.
- Ferine. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion di Situs Online Shop*. Selat Media.
- Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2021). Emotional brand attachment and brand love: the emotional bridges in the process of transition from satisfaction to loyalty. *Rajagiri Management Journal*, 15(1), 16–38. <https://doi.org/10.1108/ramj-05-2020-0024>
- Haudi, Handayani, W., Musnaini, Suyoto, Y. T., Prasetio, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Heri Sudarsono. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Pusaka Abadi.
- Iis Putri Julia. (2022). *Pengaruh Brand Association Dan Brand Loyalty Terhadap Repurchase Intention Pada Pelanggan Marquita Ayam Guling Setia Budi*. Universitas Medan Area.
- Javed, S., Rashidin, M. S., & Jian, W. (2021). Predictors and outcome of customer satisfaction: moderating effect of social trust. *Decision*, 48(1), 27–48. <https://doi.org/10.1007/s40622-020-00258-2>
- Khan, U., & DePaoli, A. (2023). Brand loyalty in the face of stockouts. In *Journal*

of the Academy of Marketing Science (Vol. 52, Issue 1). Springer US.
<https://doi.org/10.1007/s11747-023-00924-8>

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. B., Juanta, A., & Liliani. (2018). Pengaruh Perceived Quality, Harga, dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Ulang Produk M&B di Kota Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(4), 472-481.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A., & Achmadi, T. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Lee, J. E., Goh, M. L., & Mohd Noor, M. N. Bin. (2019). Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review*, 3(3), 161–178. <https://doi.org/10.1108/prr-11-2018-0031>
- Marvelyn, C. (2020). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Meileny, F. dan T. I. W. (2020). Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 1–9.
- Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae, M. (2022). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10(01), 297–313. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101018>
- Muhammad ariasa, N. R. A. A. P. (2020). Prodi: Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 7(2015), 121–135.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran*.

Media Sains Indonesia.

Musnaini, Sutoyo, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Cendikia Mandiri Group.

Natasyah, N. (2023). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus pada Pelanggan Outlet Pisang Sexy Jl. Abadi Medan [UNIVERSITAS MEDAN AREA]*.
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19646>

Nugraha. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.

Rauf, A., Manulang, S., Ardiansyah, T., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., . . . Yahawi, S. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Insania.

Rifqi Suprpto dan Wahyudin Zaky. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Pulisher.

Sanusi. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Sari, M., Siswati, T., Suparto, A. A., Ambarsari, F. I., Azizah, N., Safitri, W., . . . Gravitaniani, E. (2022). *Metodologi Penelitian*. Global Eksekutif Teknologi.

Setiawan, B., & Patricia, E. (2022). the Role of Brand Reliability and Brand Intention in Mediating the Relationship Between Customer Satisfaction and Brand Loyalty. *Riset*, 4(1), 001–014. <https://doi.org/10.37641/riset.v4i1.145>

Sohail, M. S., Hasan, M., & Sohail, A. F. (2020). The Impact of Social Media Marketing on Brand Trust and Brand Loyalty. *International Journal of Online Marketing*, 10(1), 15–31. <https://doi.org/10.4018/ijom.2020010102>

Steven Andreas Yudhi, Gabrielle Natasha Wirianto, F. A. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kakkk, Ayam Geprek!!! Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, Vol.9, No., 2013–2015.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sunyoto. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. CAPS.

Yola Auralia, Alfatih Sikki Manggabarani, W. (2022). Analisis Minat Penggunaan Ulang pada Dompok Digital ShopeePAY di Masa Pandemi Covid-19. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(2), 137–152. <https://doi.org/10.35912/simo.v1i2.916>

