

DAFTAR PUSTAKA

A. Kelompok Buku

- Abdullah, Ma'ruf. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo. ISBN 979-8726-46-4.
- Andriyanto. (2019). *Peran Citra merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli*. Klaten: Lakeisha.
- Asari, Andi. dkk. (2023). *Pengantar Statistika*. Sumatra Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia. 978-623-09-3634-4.
- Duli, Nikolasus. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Sleman :Penerbit Deepublish. ISBN: 978-623-02-0437-1.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. Riau: DOTPLUS Publisher.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Startegy)*. Yogyakarta: CV. Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25"*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto, Hartono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga. ISBN. 0-13-239002-7.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. (2016). *Manajemen Pemasaran*, 15th edition. Pearson Education Limited, ISBN 10: 1-292-09262-9. ISBN 13: 978-1-292-092 -71 3.
- Kotler, Keller dan Philip, Kotler. (2016). *Marketing Management*, 15 Global Edition.
- Nasuka, Moh. (2021). *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. Jepara: UNISNU Pers. ISBN 978-623-5809-05-02.

- Putri, Rahmawida. dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Sosial*. Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Penerbit: Ponorogo CV. WADE Group.
- Rahayu, Sri. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap & Loyallitas Pembelian*. Jawa barat. Penerbit: Adab CV. Adanu Abimata.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rinawati, Wika dan Ekawatiningsih. (2019). *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*. Yogyakarta: UNY Press Prihatuti.
- Santoso, Singgih (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Alex Media Kaomputindo. ISBN 978-602-04-5811-3.
- Sarmanu. (2027). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Percetakan Universitas Airlangga (AUP). ISBN: 978-602-6606-16-7.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, M. Ali. (2015). *Dasar Methodology Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. ISBN: 978-602-1018-18-7.
- Sugiarto, Dergibson Siagian. (2006). *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Susanto, A.B dan Wijanarko, Himawan. (2004). *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika. ISSBN 979-3758-02-3.
- Syahrum dan Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Citapustaka Media.
- Tasmara Toto. (2002). *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Yusuf, A. Muri. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kulalitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, PT Fajar Interpratama Mandiri.

B. Kelompok Jurnal

- Abadi, Ferryal dan Nurpratiwi, Gita. (2021). Pengaruh Moderasi Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Volume 6 Nomor 2. E-ISSN: 2798-5911.
- Agusman, Reazi. dkk. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Di Kota Bengkulu (*Factors That Affects Loyalty Types Of Buyers In Fast Food Restaurant In Bengkulu City*). *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*. Volume 21 Nomor 1 eISSN: 1412-8241. (p) 2621-1246 (e).
- Amalia, Nur. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. Volume 6 Nomor 2.
- Aeni, Nur dan Ekhsan Muhamad. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi *Brand Trust*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Volume 4 Nomor 1. E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259.
- Astina, Rina. (2016). Implikasi *Green Brand Image*, *Green Satisf action* dan *Green Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk aqua di wilayah serpong Utara). *Jurnal Manajemen*. Volume 20 Nomor 1.
- Azhari, Muhamad Iqbal. dkk. (2015). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 28 Nomor 1.
- Basuki, Teguh Iman (2017). Pengaruh *Brand Equity* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung, *Jurnal STEI Ekonomi*. Volume 26 Nomor 2.
- Camelia, Mila Dan Budi, Hartono. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BS Coffee & Donuts). *Jurnal Of Manajemen Studies*. Volume 15 Nomor 2.
- Diani, Nafa Amalia Rahma dan Heni, Hirawati. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Mie Kiro, Kebumen. *AKSIOMA : Jurnal Manajemen*. Volume 1 Nomor 2. e-ISSN 2828-0997.

- Dirbawanto, Nana Dyki dan Sutrasnawati, Endang. (2016). Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty*. *Management Analysis Journal* . Volume 5 Nomor 1.
- Fujun Lai., Mitch Griffin, Barry and J, Babin (2009). *How Quality, Value, Image and Satisfaction Create Loyalty .at a Chines telecom*. *Journal of Business Research*. Volume 62 Nomor 1.
- Gucciani, Fitri Alhiqmah. dkk (2016). Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung, *Effect of Islamic Ethics Customer Loyalty, (Case Study at The Hotel Sofyan Inn Spacia Bandung*. *Jurnal Prociding Keuangan dan Perbankan Syariah*. Volume 2 Nomor 2.
- Harahap, Yuniarti dan Lubis, Anggia Sari. (2022). Pengaruh *Brand Image* .Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aroma Bakery & Cake Shop Jl Jenderal Abdul Haris No 31 Bc Medan Johor. *MOVERE JURNAL, Movere Journal*. Volume 4 Nomor 2. ISSN 2656-2790 (online).
- Hidayat Mustika, dkk (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk Kopi Kapal Api. *Jurnal The Manager Review*. Volume 4 Nomor 1.
- Kayawati, Lilis dan Kurnia, Esa. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal*. Volume 3 Nomor 3. E-ISSN : 2715-3681.
- Ksatriyani, Shinta. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image* (Citra Merek), dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Volume 8 Nomor 9. E-ISSN: 2461-0593.
- Lau, G. T., dan Lee, S. H. (1999). *Customers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty*. *Journal of Market Focused Managemen*. 4. 341-370.
- Maisaroh, Ridha. dkk. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Journal of Economics and Business Research*. Volume 1 Nomor 2. 197-216. e-ISSN: 2807-7660 p-ISSN: 2798-6373.
- Mardalis, Ahmad. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 9 Nomor 2.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif

- Islam, *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. Volume 9 Nomor 1. pISSN 2303-3568 eISSN 2684-8228.
- Rachmawati, Rina. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan). *TEKNOBUGA* .Volume 1 Nomor 1.
- Ray, Erick Lauren. dkk. (2021). Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada pelanggan Restoran Hokben). *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*. Volume 5 Nomor 2.
- Oliver, Richard L (1999) "*Whence Consumer Loyalty ?*". *Journal of Marketing*. Volume 63. (Special Issue).
- Pramudita, Yoana Arina. dkk. (2013). Analisa Pengaruh *Customer Value* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.Volume 1 Nomor 1.
- Pratama, Andhika Rivaldi. dkk. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Kristal Pluto Mineral Di Kota Palopo, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Volume 6 Nomor 2. E- ISSN : 2599-3410. P-ISSN : 2614-3259.
- Putri, Angelina. dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Di Restoran Kaizen Bbq Grill & Shabu-Shabu Surabaya Dengan Customer Experience Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Volume 9 Nomor 1. 46–54. ISSN 0216-6283 print / ISSN 2685-9408 online.
- Priliani, Aj. EP. (2019). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Equity* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal PPKM*. Volume 6 Nomor 2 112 – 121. ISSN (print): 2354-869X. ISSN(online): 2614-3763.
- Pricillia, Efendy dan Yessica, Audya Suryadinata. (2015). Analisa Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* di Restoran D'cost Surabaya. *Manajemen Hospitali dan Manajemen Jasa*. Volume 3 Nomor 2.
- Rita. (2022). Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Satisfaction* Serta Dampaknya Pada *Customer Loyalty*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 10 Nomor 1. P -ISSN : 2503-4413E -ISSN : 2654-5837.

- Rusandy, Deby Santyo. (2018). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin Trenggalek. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*. Volume 2 Nomor 1.
- Slamet, Rokhmad dan Wahyuningsih, Sri. (2022). Validitas dan Realiabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, Volume 17 Nomor 2.
- Schmitt, Bernd. (1999). *Experimental Marketing: A New Framework for Design and Communications*. Volume 10 Nomor 2.
- Wardhana, dan Reza, Eka. (2016). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *z Ilmu Manajemen*. Volume 4 Nomor 3.
- Udayana, Ida Bagus Nyoman. dkk. (2022). Pengaruh *Customer Experience* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada The Praja Coffee & Resto). *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*. e-ISSN 2621-3389. p-ISSN 2615-3009. Volume 5 Nomor 1.
- Upamannyu, Bhakar and gupta. (2015). *Effect of Corporate Image on Brand Trust and Brand affect*. *International Journal of Applied Science-Research and Review (IJAS)*. Volume 2 Nomor 1. pp020-033.
- Usvela, Efit. dkk. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Volume 5 Nomor 2.

C. Kelompok Internet

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>