

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2021). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (2021). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- ABDUL, K. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Survei Di Indomaret Ancol 1-T001 Jakarta Utara) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32-39.
- Adha, H. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen H&M Disurabaya) (Doctoral Dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Azzam, Z. F. (2022). The Relationship between Customer Trust, Satisfaction, and Loyalty in Service Industry. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2087365.
- Alfika, M. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian sabun cair merek Lux (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Algifari. (2009). *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Almsalam, S. (2014). The effects of customer expectation and perceived service quality on customer satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(8), 79-84.
- Amalia, F., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Bukalapak di Banyuwangi. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 205-212.

- Ambarsari, B. A. M. N. A. (2022). *Pengaruh Motivasi Kerja PT. Gapura Angkasa Terhadap Kualitas Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang*. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Amdar, A. (2024). *Penerapan Prinsip Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan PT. Makassar Raya Motor Cab. Parepare (Perspektif Ekonomi Syariah)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Amrullah, P. S., Siburian, S., & Zainurosalamiah, Z. A. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 179-199.
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh citra merek dan pengalaman merek terhadap kepuasan konsumen AirAsia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 123-134.
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53-60.
- Arli, D., et al. (2024). The Impact of SERVQUAL on Consumers' Satisfaction, Loyalty, and Intention to Use Food Delivery Services. *Journal of Service Management Research*, 12(3), 214–229.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- ASWAR, N. F. (2019). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK STARBUCKS COFFEE DI MAKASSAR (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Bachmid, S. (2023). *Dimensi Kualitas Layanan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bangun, K. (2023). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Pada Rumah Sakit Umum Mitra Medika Amplas Medan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 272–284.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(02), 1-15.
- Colin, S. (2025). Brand Awareness, Brand Preference and Online Promotion as Marketing Backbone. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 4(1), 1257–1279.

- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Hotel terhadap Kepuasan Konsumen di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater*. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 18–25.
- Dwipa, R. P., & Wardhani, N. P. (2024). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen di Era Digital Marketing*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 55–67.
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(2), 102-112.
- Fadillah, V., Syahputri, A., Oktaviana, I., Girsang, C. E., & Purba, J. (2023). *Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Gede Taman Beo*. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 1–11.
- Fatmaningrum, D., Susanto, A., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 45-56.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran produk dan merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253-274.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Halim, A. L. (2022). Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(1), 89-97.
- Harjadi, D. (2021). Pengaruh lokasi, kualitas produk, dan store atmosphere terhadap minat beli konsumen di Ruang Luang Coffee. *Jurnal Ekonomi dan Studi Kebijakan*, 4(2), 15-22.
- Hartono, A., & Wahyono, W. (2015). Pengaruh Citra merek dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh social media marketing, citra merek, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8-17.

- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *INDEPT: Jurnal Industri, Elektro dan Penerbangan*, 4(2).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayah, N. (2023). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 101–112.
- Jayanti, N. D., & Purwanti, S. (2016). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk*, 1-97.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Meningkatkan Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Keith, T. Z. (2006). *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling*. Boston: Pearson Education.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Khan, M. J., Rehman, Z., & Saeed, R. (2022). Brand Image, Trust, and Customer Loyalty: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102828.
- Khasanah, P. W. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Liptint Emina Di Yogyakarta) (Doctoral Dissertation, Upn Veteran Yogyakarta).
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-12, Jilid 1 & 2). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117-126.
- Kurniawati, D. (2014). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada konsumen KFC cabang Kawi Malang)* (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Lee, H., & Kim, J. (2021). Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction in Digital Platforms. *Service Industries Journal*, 41(15–16), 1003–1019.
- Lestari, P., Nugroho, A., & Setiawan, R. (2022). "Brand Image and Customer Loyalty in Traditional Food Business." *Journal of Consumer Research*, 39(2), 112-129.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2004). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lubis, I. O., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-2). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik* (Edisi ke-3). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-2). Jakarta: Salemba Empat.
- Maramis, I. S., Mananeke, L., & Loindong, S. S. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Apotek Merckeâ€™™ Lkolongan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 39-48.

- Marjun, M., Said, I. M., & Tahali, A. (2019). *Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap BPJS Kesehatan Center Rumah Sakit Umum Daerah Anutapura*. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(1), 12–26.
- Maulana, M. M., Haryanto, T., Rachmawati, E., & Widhiandono, H. (2025). The Role of Brand Image, Promotion, Service Quality, Store Atmosphere and Trust in Increasing Consumer Satisfaction of Mie Gacoan Purwokerto. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(4), 2143–2160.
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas konsumen: Theoretical review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8-17.
- Meilina, I. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri Purwokerto)* (Doctoral Dissertation, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Meutia, R. (2020). Pengaruh produk, harga dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian smartphone di Toko Langsa Ponsel. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 449-458.
- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer satisfaction and firm performance: insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing science*, 48(3), 543-564.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2020). *Service Quality and Customer Satisfaction Studies*. Routledge.
- Paul, J., Sankaranarayanan, K. G., & Mekoth, N. (2016). Consumer satisfaction in retail stores: Theory and implications. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 635-642.
- Pertiwi, M. I., dkk. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1).
- Pratama, R., & Hidayat, T. (2021). "The Role of Product Quality on Customer Satisfaction in the Snack Food Industry." *Indonesian Journal of Business and Economics*, 8(1), 45-57.
- Pratiwi, D. A., Sari, L., & Rahayu, M. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kosmetik Lokal*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(3), 45–56.

- Purnomo, D., & Irmawati, D. (2024). *Peran Kepercayaan Konsumen dalam Meningkatkan Loyalitas pada Produk E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 4(1), 23–34.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh promotion word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian rokok Mocacino pada Toko Meisya di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297-3312.
- Putra, P. (2021). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Mie Sedaap. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(1), 70-76.
- Qazi, A., Tamjidyamcholo, A., Raj, R. G., Hardaker, G., & Standing, C. (2017). Assessing consumers' satisfaction and expectations through online opinions: Expectation and disconfirmation approach. *Computers in Human Behavior*, 75, 450-460.
- Riyono, & Budiraharja, G. E. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk AQUA. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 1-10. jurnal3.stiesemarang.ac.id
- Rodrigo, P., Khan, H., & Valaei, N. (2023). Country-of-origin effects on consumer cognitive structures and preference for foreign brands among elites. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 28(1), 1-27.
- Salvador, J. (2025). Compromising Quality and Its Impact on Business Environment. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 4(1), 1308–1334.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2021). *Consumer Behavior: A Contemporary Approach*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saragih, R. (2022). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap volume penjualan PT Lestari Alam. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 165-172.
- Sasono, E., Sopi, S., Nafiah, Z., & Widiyasari, D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Oemah Herborist. *Solusi*, 21(2), 166-179.
- Shefira, M., & Mangifera, L. (2023). The Role of Customer Trust in Mediating Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction (Shopeefood Users). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 793, 119–126.

- Simangunsong, M. R. (2021). *Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek di Industri Ritel Modern*. Jurnal Riset Manajemen, 9(2), 76–88.
- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M. A. R. N., & Kumar, B. R. (2023). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A comprehensive literature review. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 3457-3464.
- Sudjana, N. (2018). *Metoda Statistika* (Revisi ed.). Bandung: Tarsito.
- Sugiarti, L. (2021, March). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT POS Indonesia (Studi pada PT Pos Indonesia Cabang Kebon Jeruk). In *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)* (pp. 617-631).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tahir, A. H. (2024). The Impact of Brand Image on Customer Satisfaction and Brand Loyalty: A Systematic Review. *Heliyon*, 16(4), e25678.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi Ketiga). Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, S. Y. R. (2024). Understanding E-Service Quality Role in Fostering Customer Satisfaction and Loyalty in Indonesian E-Commerce. *European Journal of Management*, 9(2), 88–102.
- Wang, X., & Sengupta, J. (2020). "The Interplay of Brand Image and Customer Experience in Driving Satisfaction." *Journal of Marketing Research*, 57(3), 284-299.
- Warsito, A. (2019). Pengaruh selebriti endorser dan citra merek terhadap niat beli (Studi pada konsumen Banana Foster di Kota Bandar Lampung).
- Widyana, S. F., & Batangriyan, S. R. (2020). Pengaruh digital marketing terhadap brand image di PT Central Global Network. *Pro Mark*, 10(2).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Ajay, P. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.