

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. ANDI.
- Agustin, S. S., & Rinaldi, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengunjung Coffee Shop Di Kota Padang. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 614–622.
- Ananda, A. M. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kapal Api Pada Masyarakat di Kota Palembang*. Respository UIN Raden Fatah Palembang.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Akuntansi*, 4(1), 26–40.
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2022). Analisis dampak media sosial terhadap penjualan perumahan: Studi empiris penggunaan iklan Facebook dan Instagram. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(1), 45–55.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357–374.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762–6781.
- Dwiyantoro, D. (2019). Analisis dan Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Smart Library AMIKOM Resource Centre dengan Metode Pieces Framework. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 3(2), 109–124.

- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Budi Utama.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. . (2012). *Manajemen Pemasaran (Kedua)*. Yrama Widya.
- Griffin, J. (2019). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hardiyanti, N. Y., & Puspa, R. (2021). Coffee culture di Indonesia: Pola konsumsi konsumen pengunjung kafe, kedai kopi dan warung kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 93–106.
- Hasan, ali. (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. (kedua). CAPS.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Jogiyanto, H. M. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. UPP STIM YKPN.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Kedua)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran (Diterjemahkan oleh Bob Sabran (ed.); Kedua)*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Kedua)*. Erlangga.

- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2).
- Kurniawati, D., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Brawijaya University*, 1(1), 1–16.
- Laksono, E. B., & Magnadi, R. H. (2019). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 8(3), 60–73.
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 137–145.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Ketiga). Salemba Empat.
- Machfiroh, I. S. (2018). Keterkaitan Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada EmAK Di Fried Chicken Pelaihari. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 4(1).
- Milasari, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(5), 1–16.
- Musapat, M., & Armia, S. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lampu Led Hanochs di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 96–110.  
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/7143>

- Nissin, & Budiono. (2019). Kepercayaan merek sebagai Mediator Citra Merek dan Kualitas Pelayan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 629–634.
- Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 112–127.
- Pasaribu, R. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Peralihan Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Economics and Business*, 1(1), 40–51. <https://doi.org/10.36655/jeb.v1i1.61>
- Perdana, D. A., & Firdiyansyah, I. (2022). Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Café Beringin. *Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 6(2), 169–179.
- Prasetyo, D. W., & Murti, W. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi PT. Matahari Departemen Store. *Jurnal Manajemen Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, A. S., Telagawathi, N. L. W. S., Yulianthini, N. N., & Putra, K. E. S. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek Nike Di Singaraja Futsal. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 34–40.
- Siregar, M. K. S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 1(2), 111–118.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sultoni, M. H. (2020). Corporate Social Responsibility: Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan. *Duta Media Publishing*.
- Tamon, G. J., Mandey, S., & Wenas, R. (2019). Strategi Promosi, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota (Studi Pada Konsumen Mobil Toyota Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Tan, K. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Citra Merek Pada Cikake. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(4), 331–340.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika* (Edisi 1). ANDI.
- Winata, D. H., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh rebranding terhadap loyalitas dengan citra merek sebagai variabel mediasi (studi pada po sugeng rahayu). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 327–333.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi baru mengolah data penelitian dengan partial least square path modeling*. Salemba Infotek.
- Yanto, E., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tiga Benua. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3).
- Yoepitasari, A. H., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 15(1), 14–28.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807