

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). *RESUME: INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*. 1–20.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arbi Alizar, M., Maulana Haeruddin, I., Ruma, Z., Musa, I., & Ali, A. (2022). The Effect of Word of Mouth on the Decision to Use Wedding Organizer ELEVEN Services in Makassar City. *INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES, SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (INJOSS)*, 1(3), 360–365. <https://doi.org/10.54443/injoss.v1i3.37>
- Asrialdhuha, I., & Gani, R. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Review Film terhadap Minat Penonton. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 1057–1064. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9476>
- Atmaja, J., Susanto, T. T., Rizal, K., & Nurdiansyah, C. (2020). Analisis Pengaruh Daya Tarik Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Berbelanja Di Rumah Oxcart. *J-IKA*, 7(2), 148–154. <https://doi.org/10.31294/kom.v7i2.9014>
- Bancin, J. B. (2021). *CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH (PERANANNYA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN GRAND LIVINA)*.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Fauzia, D. O., & Sukmo, R. P. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Keputusan Pembelian Di Mie Gacoan Depok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 61–74. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (2022nd ed.). www.penerbitbukumurah.com

- Handayani, D. F. R., PA, R. W., & Nuryakin, N. (2021). The influence of e-service quality, trust, brand image on Shopee customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Siasat Bisnis*, 25(2), 119–130. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol25.iss2.art3>
- Haryati, N., Widya Putri, R., Qotrunnada, N., Alam Syah, Y., Ramadhani, M., & Cahyo Nugroho, B. (2021). WOM as The Mediator of Marketing Mix to Customer Satisfaction in Covid-19 Pandemic. *International Research Journal of Business Studies*, 14(2), 147–157. <https://doi.org/10.21632/irjbs.14.2.147-157>
- Ismanto, J. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN* .
- Jitro Josni Palandi, M. M. M. C. R. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian di Manado. *Jurnal Emba*, 10(4).
- Junaedi, A. T., Wijaya, E., Santoso, P. H., & Chandra, S. (2022). Improving Customer Loyalty Wardah Brand Through Brand Image And Price Fairness: Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(2). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.02.14>
- M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, & Almas Filzah. (2022). PENGARUH KREATIF, INOVASI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN DAYA BELI KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 117–138. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.160>
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA KEPUASAN KONSUMEN DIMODERASI OLEH LOYALITAS (STUDY KASUS PADA LIPSTCIK WARDAH). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 97. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.418>
- Meiliana, M., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya pada Positive Word Of Mouth Penumpang MRT Jakarta. *Prologia*, 4(2), 368. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6632>
- Muharsyah, A., & Ekawati, R. K. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Model Delone And Mclean Di Kota Palembang. *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 4(2), 20–27. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v4i2.505>
- Nur Isnania, F., & Aris Budiono. (2022). Kepuasan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol yang Di Pengaruhi Daya Tarik Wisata, Life Style Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Mediasi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 319–333. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.683>

- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.651>
- Puspaningrum, A. (2020). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON SATISFACTION TO IMPROVE CUSTOMER RETENTION TOWARDS BATIK KERIS IN MALANG CITY. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 18(1), 142–151. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.01.14>
- Rane, N., Achari, A., & Choudhary, S. P. (2023). ENHANCING CUSTOMER LOYALTY THROUGH QUALITY OF SERVICE: EFFECTIVE STRATEGIES TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION, EXPERIENCE, RELATIONSHIP, AND ENGAGEMENT. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*. <https://doi.org/10.56726/IRJMETS38104>
- Rodli, A. F., & Dewi, N. N. (2020). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INTERNET. *Ecopreneur*. 12, 3(1). <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.677>
- Santiago, J. (2019). The relationship between brand attractiveness and the intent to apply for a job. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(2), 142–157. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2018-0136>
- Sanusi, A. (2017a). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2017b). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Saputra, D. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(2), 395. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.768>
- Septia Ardhana, R. P. , & R. G. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN, WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA.*, 06(02), 1–13.
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TOKO MOURISH SHOPLIST TULUNGAGUNG. *JURNAL ECONOMINA*, 2(7), 1816–1828. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.680>
- Siti Meisaroh, F., Hidayat Nugroho, R., Andarini, S., & Nirawati, L. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Kemasan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening

pada Produk Minuman Bersoda Sprite. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 812–825. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1822>

Sofiyana, M. S., Sukhoiri, Aswan, N., Munthe, B., Ajeng, L., Jannah, R., Juhara, S., SK, T., Laga, E. A., Sinaga, J. A. B., Suparman, A. R., Suaidah, I., Fitrisari, N., & Herman. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id

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

Sulivyo, L. (2021). CONSUMER VALUE, CONSUMER EXPERIENCE AND CONSUMER SATISFACTION. *JURNAL CAFETARIA*, 2(1), 36–47. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i1.281>

Supriadi Siagian, & Mita, M. M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 82–88. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.564>

Sutedjo, B., & Saputri, D. H. R. (2023). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, TASTE, AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN ROKET CHICKEN KALIWUNGU CUSTOMERS*.

Syahza, A. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. Unri Press. https://www.researchgate.net/publication/354697863_Metodologi_Penelitian

Wardhana, A. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness*.

Widodo, H., & Wiku, V. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AWARENESS, DAN DAYA TARIK IKLAN PRODUK JAMU TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MASA PANDEMI COVID 19. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AWARENESS, DAN DAYA TARIK IKLAN PRODUK JAMU TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MASA PANDEMI COVID 19*, 2(1), 44–50.

Wulandari, A., & Suryawardani, B. (2019). Advertisement Effectivity: Visibility, Credibility, Attraction and Power on Purchasing Decision and Its Impact on Customer Satisfaction. *Journal of Applied Management*, 17(4). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017>

Yusiana Fitri, D., & Chairun Nisa, P. (2022). Pengaruh Trust, Word of Mouth Dan Repurchase Intention terhadap Kepuasan Pelanggan Generasi Millennial Produk Minuman Street Boba. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>