

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. Z. (2023). An Investigation On The Use Of Digital Marketing Towards The Customer Satisfaction And Brand Loyalty Of Restaurants In Saudi Arabia. *International Journal Of Data And Network Science*, 7(4), 1493–1504. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2023.8.013>
- Anber Mohammad, A. M. (2022). The Impact Of Digital Marketing Success On Customer Loyalty. *Marketing And Management Of Innovations*, 13(3), 103–113. <https://doi.org/10.21272/Mmi.2022.3-09>
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 5(1), 66–72.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran)* (Yusup (Ed.); 1st Ed.). LD. Media.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/Vis.V6i1.4085>
- Astuti, N., Putra, I., Kasiani, Yudistira, C., & Widianara, I. (2020). Implikasi Penerapan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Gapura Angkasa Joumpa Denpasar. *Jurnal Unmasmataram*, 14(1), 506–514.
- Azzahra, N. L., Mubarak, D. S., & Firmansyah, R. (2023). Analisis Strategi Bisnis Pada Peningkatan Kepuasan Konsumen Perusahaan Susu Cimory. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1, 174–183.
- Brand Management*. (2015). Tutorials Point.
- Chamila Rahma, S., & Prabowo, B. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Air Minum Crystalin Di Kota Gresik. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5), 2782–2795. <https://doi.org/10.47476/Reslaj.V6i5.1923>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (Ed.); 1st Ed.). Global Research And Consulting Institute.
- Ernantyo, Y., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 107–127.

- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2. *EDUTURISMA*, 3.
- Fajar, F., Pujilestari, S., Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., & Noviany, H. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi). In Fachrurazi (Ed.), *Correspondencias & Análisis* (Issue 15018). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Fatihudin, & Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan)* (1st Ed.). Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (7th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communications* (1st Ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. [Http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGGIO](http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGGIO)
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanifawati, T., & Yudin, C. (2022). Dampak Co-Creation Pada Pemasaran Produk Pangan Online Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pada Pelanggan Sayurbox. *Media Agribisnis*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.V6i1.2307>
- Harwati, T. A., Nayomi, A., Arifiana, L., W, R. K., & Pakarti, P. (2024). Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediasi Pengaruh Brand Ambassador Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital (JAMED)*, 4(1), 1–11.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan* (D. Wandana & B. Daz (Eds.); 1st Ed.). CV. Jakad Publishing Surabaya 2019.
- Herokholiqi, M. E., & Cahyana, A. S. (2018). Analisa Kualitas Pelayanan Bioskop Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (Sem). *Spektrum Industri*, 16(1), 9. <https://doi.org/10.12928/Si.V16i1.9776>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kamilla, W. F., Kayani, D., & Bestari, P. (2022). Pengaruh Popularitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Mie Lemonilo (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5(September), 3701–3708.

- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent : Teori Dan Praktik* (1st Ed.). Rajawali Pers.
- Kim, Y. J., & Park, J. S. (2021). Experiential Value , Satisfaction , Brand Love , And Brand Loyalty Toward Robot Barista Coffee Shop : The Moderating Effect Of Generation. *Journal Sustainability*. <https://doi.org/10.3390>
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G., LLOYD C., H., & PIERCY, N. (2017). *Principles Of Marketing* (7th Ed.). Pearson Education Limited. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25246403> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4249520>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition* (15th Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Kurniawan (Ed.); 1st Ed.). PANDIVA BUKU.
- Lijan, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (1st Ed.). GRAHA ILMU.
- Lutvia, F., Putri, L., & Pitasari, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Sayur Oppa. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 2(1), 18–31.
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. In Q. Media (Ed.), *Buku Pemasaran Produk Dan Merek* (1st Ed., Issue August). CV.Penerbit Qiara Media.
- Mustafa, P., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N., & Lestariningsih, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga* (S. Sa'diyah (Ed.)). Insight Mediatama.
- Nadila, A. P., & Windasari, N. A. (2022). Analyzing The Influence Of Korean Celebrities As Brand Ambassadors Toward Customer Loyalty In Indonesia. *International Journal Of Current Science Research And Review*, 05(12), 4808–4818. <https://doi.org/10.47191/Ijcsrr/V5-I12-41>
- Nalita, S., Agustin, D., & Sari, P. (2022). Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Penggunaan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 171–185.
- Naomira, Y. 'Azzahra, Rachma, N., & Slamet, A. R. (2022). “Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Probolinggo Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(14), 107–120.
- Neviana, G., & Ratnasari, A. (2021). Hubungan Karakteristik Brand Ambassador

- Dengan Loyalitas Anggota Komunitas K-Popers Pada Merek Mie Sedaap. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7, 120–123. <https://doi.org/10.29313/V7i1.25478>
- Novia, C., Komariyah, K., Purwita, I., & Hasanah, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UKM Keripik Pisang Ibu Nur. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 11(2), 161–174. <https://doi.org/10.36084/Jpt.V11i2.528>
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer* (Second Edi). Routledge Taylor & Francis Group.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS* (1st Ed.). Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahayu, S., & Kusuma, M. H. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Baturaja). *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 128–147. <https://doi.org/10.54895/Jmbu.V2i2.1074>
- Rasjidi, R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Islam Jakarta.
- Rauf, A., Manullang, S., Ardiansyah, T., & Diba, F. (2021). *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto (Eds.)). Penerbit Insania.
- Rifa'i, K. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction); Membangun Loyalitas Pelanggan*. Zifatama Publisher.
- Rifka, Y., Fathia, N., & Jokhu, J. R. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Product Quality Toward Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction Of Lemonilo Brand Instant Noodle Products. *LENTERA JURNAL MANAJEMEN*, 1(2), 2023.
- Riyanto, J. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i5.1023>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Sendi Unisbank*, 2016, 978–979.
- Rubio, N., & Yague, M. (2019). Customer Loyalty And Brand Management. In *Customer Loyalty And Brand Management*. MDPI.

<https://doi.org/10.3390/Books978-3-03921-336-8>

- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Halim, A., Kusuma, P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen* (A. Rikki (Ed.); 1st Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Samsu. (2017). METODE PENELITIAN: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development. In Rusmini (Ed.), *The Lancet*. Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (PUSAKA). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(01\)42777-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(01)42777-2)
- Sari, D., & Hasyim. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(9), 6–20.
- Sari, N., & Jatra, I. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(12), 7349–7369.
- Sewaka, Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital Marketing (Dr. Ir. Sewaka, M.M., Katty Anggraini, S.Sos. Etc.)* (F. Amir (Ed.)). Pascal Books.
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise Of The Brand Ambassador : Social Stake, Corporate Social Responsibility And Influence Among The Social Media Influencers. *Preliminary Communication*, 3(February), 6–29. <https://doi.org/10.22522/Cmr20180127>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (19th Ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.); 1st Ed.). Penerbit Alfabeta.
- Suharyono, & Widiyanto, H. (2021). Analysis Product, Price, Service, And Digital Marketing On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty PT Control Systems – Emerson Micromotion Flowmeter. *Journal Of Social Studies*, 2(1), 27–37. <https://doi.org/10.37010/Fcs.V2i1.292>
- Sutedjo, B., & Saputri, D. H. R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Raket Chicken Kaliwungu. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 6(2), 1682–1690. <https://doi.org/10.31539/Costing.V6i2.5365>
- Yulian, D., & Krisnanto, U. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Melalui Media Sosial Terhadap Peningkatan Brand Awareness Satisfaction Dan Customer Loyalty Di PT Mayora Indah. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 72–84. <http://www.jrpma.sps-perbanas.ac.id/index.php/jrpma>

- Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN Di Era Modern* (R. Kusumajaya (Ed.)). YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK.
- Alam, M. Z. (2023). An Investigation On The Use Of Digital Marketing Towards The Customer Satisfaction And Brand Loyalty Of Restaurants In Saudi Arabia. *International Journal Of Data And Network Science*, 7(4), 1493–1504. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2023.8.013>
- Anber Mohammad, A. M. (2022). The Impact Of Digital Marketing Success On Customer Loyalty. *Marketing And Management Of Innovations*, 13(3), 103–113. <https://doi.org/10.21272/Mmi.2022.3-09>
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 5(1), 66–72.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran)* (Yusup (Ed.); 1st Ed.). LD. Media.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/Vis.V6i1.4085>
- Astuti, N., Putra, I., Kasiani, Yudistira, C., & Widianara, I. (2020). Implikasi Penerapan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Gapura Angkasa Joumpa Denpasar. *Jurnal Unmasmataram*, 14(1), 506–514.
- Azzahra, N. L., Mubarok, D. S., & Firmansyah, R. (2023). Analisis Strategi Bisnis Pada Peningkatan Kepuasan Konsumen Perusahaan Susu Cimory. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1, 174–183.
- Brand Management*. (2015). Tutorials Point.
- Chamila Rahma, S., & Prabowo, B. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Air Minum Crystalin Di Kota Gresik. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5), 2782–2795. <https://doi.org/10.47476/Reslaj.V6i5.1923>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (Ed.); 1st Ed.). Global Research And Consulting Institute.
- Ernantyo, Y., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 107–127.
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2. *EDUTURISMA*, 3.

- Fajar, F., Pujilestari, S., Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., & Noviany, H. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi). In Fachrurazi (Ed.), *Correspondencias & Análisis* (Issue 15018). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Fatihudin, & Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan)* (1st Ed.). Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (7th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communications* (1st Ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. [Http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGGIO](http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGGIO)
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanifawati, T., & Yudin, C. (2022). Dampak Co-Creation Pada Pemasaran Produk Pangan Online Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pada Pelanggan Sayurbox. *Media Agribisnis*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.35326/Agribisnis.V6i1.2307>
- Harwati, T. A., Nayomi, A., Arifiana, L., W, R. K., & Pakarti, P. (2024). Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediasi Pengaruh Brand Ambassador Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital (JAMED)*, 4(1), 1–11.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan* (D. Wandana & B. Daz (Eds.); 1st Ed.). CV. Jakad Publishing Surabaya 2019.
- Herokholiqi, M. E., & Cahyana, A. S. (2018). Analisa Kualitas Pelayanan Bioskop Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (Sem). *Spektrum Industri*, 16(1), 9. <https://doi.org/10.12928/Si.V16i1.9776>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kamilla, W. F., Kayani, D., & Bestari, P. (2022). Pengaruh Popularitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Mie Lemonilo (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5(September), 3701–3708.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent : Teori Dan Praktik* (1st Ed.). Rajawali Pers.

- Kim, Y. J., & Park, J. S. (2021). Experiential Value , Satisfaction , Brand Love , And Brand Loyalty Toward Robot Barista Coffee Shop : The Moderating Effect Of Generation. *Journal Sustainability*. <https://doi.org/10.3390>
- Kotler, P., Armstrong, G., Lloyd C., H., & Piercy, N. (2017). *Principles Of Marketing* (7th Ed.). Pearson Education Limited. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25246403> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4249520>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition* (15th Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Kurniawan (Ed.); 1st Ed.). PANDIVA BUKU.
- Lijan, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (1st Ed.). GRAHA ILMU.
- Lutvia, F., Putri, L., & Pitasari, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Sayur Oppa. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 2(1), 18–31.
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. In Q. Media (Ed.), *Buku Pemasaran Produk Dan Merek* (1st Ed., Issue August). CV.Penerbit Qiara Media.
- Mustafa, P., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N., & Lestariningsih, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga* (S. Sa'diyah (Ed.)). Insight Mediatama.
- Nadila, A. P., & Windasari, N. A. (2022). Analyzing The Influence Of Korean Celebrities As Brand Ambassadors Toward Customer Loyalty In Indonesia. *International Journal Of Current Science Research And Review*, 05(12), 4808–4818. <https://doi.org/10.47191/Ijcsrr/V5-I12-41>
- Nalita, S., Agustin, D., & Sari, P. (2022). Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Penggunaan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 171–185.
- Naomira, Y. 'Azzahra, Rachma, N., & Slamet, A. R. (2022). “Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Probolinggo Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(14), 107–120.
- Neviana, G., & Ratnasari, A. (2021). Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Dengan Loyalitas Anggota Komunitas K-Popers Pada Merek Mie Sedaap. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7, 120–123. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/V7i1.25478>

- Novia, C., Komariyah, K., Purwita, I., & Hasanah, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UKM Keripik Pisang Ibu Nur. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 11(2), 161–174. <https://doi.org/10.36084/Jpt.V11i2.528>
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer* (Second Edi). Routledge Taylor & Francis Group.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1st Ed.). Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahayu, S., & Kusuma, M. H. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Baturaja). *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 128–147. <https://doi.org/10.54895/Jmbu.V2i2.1074>
- Rasjidi, R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Islam Jakarta.
- Rauf, A., Manullang, S., Ardiansyah, T., & Diba, F. (2021). *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto (Eds.)). Penerbit Insania.
- Rifa'i, K. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction); Membangun Loyalitas Pelanggan*. Zifatama Publisher.
- Rifka, Y., Fathia, N., & Jokhu, J. R. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Product Quality Toward Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction Of Lemonilo Brand Instant Noodle Products. *Lentera Jurnal Manajemen*, 1(2), 2023.
- Riyanto, J. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i5.1023>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Sendiu Unisbank*, 2016, 978–979.
- Rubio, N., & Yague, M. (2019). *Customer Loyalty And Brand Management*. In *Customer Loyalty And Brand Management*. MDPI. <https://doi.org/10.3390/Books978-3-03921-336-8>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Halim, A., Kusuma, P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital*

Dan Perilaku Konsumen (A. Rikki (Ed.); 1st Ed.). Yayasan Kita Menulis.

- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*. In Rusmini (Ed.), *The Lancet*. Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (PUSAKA). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(01\)42777-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(01)42777-2)
- Sari, D., & Hasyim. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(9), 6–20.
- Sari, N., & Jatra, I. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(12), 7349–7369.
- Sewaka, Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital Marketing* (Dr. Ir. Sewaka, M.M., Katry Anggraini, S.Sos. Etc.) (F. Amir (Ed.)). Pascal Books.
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise Of The Brand Ambassador : Social Stake, Corporate Social Responsibility And Influence Among The Social Media Influencers. *Preliminary Communication*, 3(February), 6–29. <https://doi.org/10.22522/Cmr20180127>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (19th Ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.); 1st Ed.). Penerbit Alfabeta.
- Suharyono, & Widiyanto, H. (2021). Analysis Product, Price, Service, And Digital Marketing On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty PT Control Systems – Emerson Micromotion Flowmeter. *Journal Of Social Studies*, 2(1), 27–37. <https://doi.org/10.37010/Fcs.V2i1.292>
- Sutedjo, B., & Saputri, D. H. R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Raket Chicken Kaliwungu. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 6(2), 1682–1690. <https://doi.org/10.31539/Costing.V6i2.5365>
- Yulian, D., & Krisnanto, U. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Melalui Media Sosial Terhadap Penignkatan Brand Awareness Satisfaction Dan Custoemr Loyalti Di PT Mayora Indah. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 72–84. <http://www.jrpma.sps-perbanas.ac.id/index.php/jrpma>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (R. Kusumajaya (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.