

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Aditiansa, J. F., & Dermawan, R. (2022). Effect Of Brand Awareness, Promotion And Ease Of Use Perceptions On Decisions To Use Linkaja E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Balance*, 18(01), 145–154. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/7886>
- Aprianti, I., & Krismawati, J. P. (2020). Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung melalui Instagram. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(1), 50. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i1.265>
- Arianti, W., Hinggo, H. T., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Product Knowledge dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk HNI-HPAI Di BC Selatpanjang. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi*, 3, 165–177.
- Asy'ari, A. H., & Karsudjono, A. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4154>
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*,

8(2), 75–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>

Darwin et.al. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Dinata, M. S., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Of Management* , 11(2), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>

Durianto, D., Sugiarto & Sitinjak. T. *Startegi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Fadiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Ecobuss : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.

Fasha, H. F. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Produk Zara di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4060–4080.

Firdaus, M. F., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger. *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 1154–1160.

Firmansyah, A. (2019a). *Pemasaran produk dan merek*. Jawa Timur: Qiara Media.

Firmansyah, A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur: Qiara Media.

- Fitria, N. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Busana Muslim Venka Gallery Banda Aceh). *Doctoral Dissertation, UIN Ar-Raniry*.
- Fortona, D. H., & Aisah, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Cosmetics di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember, 2023*(25), 237–243. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10420916>
- Gemilang, B., & Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management, 8*(2), 400–407.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, A., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Brand Uniqlo di Kota Semarang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6*(3), 3989–4002. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.6075>
- Haris, R., & Lasika, M. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research, 3*(2), 57. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i2.535>

- Hastari. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.13>
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Seafood Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1434. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3557>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Iriantini, D. B. (2022). Menciptakan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan e-Commerce Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 452–463. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.400>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson

Pretice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Keller, K.L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>

Kurniawan, A. R., & Idris, I. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Honda Freed di Kota Semarang). *Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*.

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 5(1), 8-16.

Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 61–68.

Lindawati, Y. I. (2019). Fashion dan Gaya Hidup: Representasi Citra Muslimah

- Cantik, Modis dan Fashionable dalam Iklan Wardah. *Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 1–12.
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jico Agung Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(02), 194–207. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i02.242>
- Mahisa, R. K., et al. (2019). Analisis Pengaruh Tagline Dan Ambassador Terhadap Brand Awareness Telepon Seluler Merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram). *Jurnal Riset Manajemen*, 19(2), 86–97.
- Muhlisa, M., & Muhajirin, M. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Batik Aisyah. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 189–202. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1641>
- Muis, A. R. C. (2019). *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA*:

Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 4(1), 1–12.
<https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>

Oktadiani, O. D., & Laily, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–21.

Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(3), 240–252.

Patmawati, N. S., & Syarif, R. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina Di Mall Kota Kasablanka. *Ikraith-Ekonomika*, 3(3), 73-83.

Putri, D.E. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory Of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Rachmawati, E. & Suroso, A. (2020). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 542–563.

Rangkuti, F. (2014). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Riyanto, V., & Tunjungsari, H. K. (2020). Kualitas Layanan dan Nilai yang Dipersepsikan terhadap Niat Pembelian Pengguna Jasa MRT dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan*

Kewirausahaan, 2(3), 838. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9598>

Santoso, S. A. (2021). Pengaruh Promotion Mix dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pelanggan Indi Home di Wilayah Ciputat. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 3(1), 13–20.

Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.

Sarwono, S.W. (2014). *Pengantar Psikologi Umum*. Depok: Raja Grafindo.

Sebastian, A., & Pramono, R. (2021). Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 698–711.

Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: Wiley.

Septiani, I. T., & Widayatsari, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopie Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(2), 287.

Setiawan, A., & Suprpto, W. (2021). Pengaruh Theory of Planned Behaviour terhadap Purchase Intention Buku di Indonesia melalui Reading Interests sebagai Variabel Intervening. *Agora*, 9(1), 26. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/10989>.

- Setyaningsih, O. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 67. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i2.4126>
- Sitompul, S. S. (2021). Influence Of Product Quality, Price, Brand Trust And Service Quality On Customer Satisfaction In Cv Mitra Matra Mandiri Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 112–121.
- Sitorus, S.A. (2020). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Soka, D. C. M. (2023). Peran Brand Trust Dan Brand Engagement Dalam Memediasi Perceived Value Dengan Loyalitas Merek (Studi Kasus Industri Iphone Di Indonesia). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 453–466. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Solemede, M. I., Rumalatu, G. A., & Pattiruhu, F. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(4), 197–213.
- Suciawan, C. C. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Taticue. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(4), 409–417.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanti. (2021). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Diwarung Kopi Netral Rantaurapat (Studi Kasus Konsumen Rantau Prapat). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 5(3), 248–253.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2018). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1., Yogyakarta: CV. Andi.
- _____. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Wannahar, K. S. L., & Indriani, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampak Loyalitas Pelanggan Brand Zara. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3414. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2641>
- Witarka, M., Rosyidin, M., & Paramasatya, S. (2022). Dibalik Model Kerja Fast Fashion: Pengaruh Inditex Terhadap Eksploitasi Buruh Garmen di Bangladesh. *Journal of International Relations*, 8, 419–426. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihiWebsite:http://www.fisip.undip.ac.id>

Zidane, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 121–134.

