

DAFTAR PUSTAKA

- A'idia, R. N., & Rosdiana. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Kota Timika. *Jurnal Kritis (Kebijakan Riset Dan Inovasi)*, 6(2), 176–200. <https://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/232>
- Abbas, U., Islam, K. M. A., Hussain, S., Baqir, M., & Muhammad, N. (2021). Impact Of Brand Image On Customer Loyalty With The Mediating Role Of Consumer Satisfaction And Brand Awareness. *International Journal of Marketing Research Innovation*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.46281/ijmri.v5i1.987>
- Abou-Shouk, M., & Soliman, M. (2021). The impact of gamification adoption intention on brand awareness and loyalty in tourism: The mediating effect of customer engagement. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20(August 2020), 100559. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100559>
- Ahdiat, A. (2024). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023). Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Akmala, Z., & Ridwan, A. A. (2022). Pengaruh Etika Pemasaran Islami Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fashion Muslim E-Commerce Shopee dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 199.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Amiroh, D. Z., & Puspitadewi, N. W. S. (2021). Hubungan Antara Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan di Hypermart Gresik. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 08(01), 19.
- Andriputra, J. A., Raina Mukti, R., Yosevina, C., & Sirad, D. A. (2021). Pengaruh Stimulus dalam Pembentukan Perceived Value, Trust, dan Loyalty Intention pada Social Commerce Soco By Sociolla. *Kajian Branding Indonesia*, 3(2), 222–247. <https://doi.org/10.21632/kbi.3.2.222-247>
- Anser, M. K., Tabash, M. I., Nassani, A. A., Aldakhil, A. M., & Yousaf, Z. (2021). Toward the e-loyalty of digital library users: investigating the role of e-service quality and e-trust in digital economy. *Library Hi Tech*, 41(4), 1006–1021. <https://doi.org/10.1108/LHT-07-2020-0165>

- Anshori, M., & Nabila, N. S. (2024). Pengaruh Tagline Instagram #Cumakamuyangbisa @ Byu . Id Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Pembentukan Brand Awareness Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Provider Digital By . U Pada Tahun 2023-2024. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(1).
- Astuti, I. I., Sulisman, A. N., & Tarigan, S. R. D. B. (2023). Eksplorasi E-Governance: Menjawab Tantangan Implementasi E-Commerce Era Vuca Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 13(2). <https://doi.org/10.37598/jimma.v13i2.1865>
- Azmi, M. (2022). Pengaruh Iklan, Sales Promotion, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Shopee). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(4), 151–160. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i4.2181>
- Azmi, M. W., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Pada Pembelian Elektronik Di Marketplace Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1610–1618. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1610-1618>
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i2.381>
- Baquero, A. (2022). Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction: Relationship and Efficient Management. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/su14042011>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.870>
- Collier, J. E. (2020). Applied Structural Equation Modeling Using AMOS. In *Applied Structural Equation Modeling Using AMOS*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003018414>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business*

Management Analysis Journal (BMAJ), 4(2), 80–98.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

Farahdhila, D., & Arifin, A. L. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Lazada Pada Mahasiswa Institut Stiami Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan Tahun 2018. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(2), 242.
<https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i2.147>

Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Undip.

Ferdinansyah, H., Azhmy, M. F., & Nasution, A. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Dimediasi Brand Trust Pada Pengguna Depok Bubble Drink Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 1(2), 115–125. <https://doi.org/10.59663/jebidi.v1i2.13>

Fernandez, M. N. (2021). *Survei: Konsumen Indonesia Loyal ke E-Commerce Karya Anak Bangsa*. Bisnis Tekno.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20210902/266/1437329/survei-konsumen-indonesia-loyal-ke-e-commerce-karya-anak-bangsa>

Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (1st ed). Sage Publications.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In CV. Pustaka Ilmu Group.

Hardianto, R., Hardiansyah, R., & Risnawati, R. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Semen Conch Di Pt Konsindo Bangun Perkasa Yang Dimediasi Oleh Brand Trust. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 6(2), 110–116.
<https://doi.org/10.52624/manajerial.v6i2.2414>

Hasnani, S., Titing, A. S., & Hendrik. (2023). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Penggunaan Produk Scarlett Whitening Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(2), 59–64.

- Hidayah, N., & Arisonaidah, Y. (2024). Hubungan Pengetahuan Dan Dukungan Keluarga Dengan Keaktifan Lansia Mengikuti Senam Lansia. *Journal of Midwifery Sempena Negeri*, 4(1), 1–8.
- Itanghi, I. N., Cheo, V. N., & Julius, A. (2023). A Semiotic Analysis of Symbolism and Persuasion as Communication Strategies on Some Educational Billboards in Buea-Cameroon. *Advances in Applied Sociology*, 13(03), 179–201. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2023.133012>
- Jovanna, D. M., & Hakimah, E. N. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Fintech Gopay. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 852–856.
- Kamal, N. R., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Program Loyalitas, Persepsi Nilai, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen BY.U). *Edunomika*, 08(01), 1–11.
- Karunia. (2021). Brand awareness dan brand experience terhadap brand satisfaction, brand trust dan brand loyalty. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23(3), 606–624. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/13112>
- Kato, T. (2021). Factors of loyalty across corporate brand images, products, dealers, sales staff, and after-sales services in the automotive industry. *Procedia Computer Science*, 192(2019), 1411–1421. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.08.144>
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di DIY. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.870>
- Khotimah, K., Pawirosumarto, S., Lusiana, Sari, S., Firtia, L., Yani, A., Rafky, R., Oktarina, Y., & Nofriadi. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (Jemsi)*, 5(1), 28–38. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi). Pearson.
- 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*, 3(1), 8–16.

<https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>

- Muchlis, A. F. (2023). Metode Penelitian Survei-Kuesioner untuk Kesesakan dan Privasi pada Hunian Asrama. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 12(3), 154–163. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v12i3.252>
- Muspita, E. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pada Azwa Perfume Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 4(1), 64–76. <https://doi.org/10.32815/jpro.v4i1.1693>
- Novian, W., & Herlina, M. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat terhadap Penggunaan Internet pada Desa Digital Sukaraja. *Jurnal Riset Statistika*, 161–168. <https://doi.org/10.29313/jrs.v2i2.1466>
- Ontarina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren Di Universitas Wijaya Putra Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(7), 397–407. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i7.625>
- Pancarini, S. E., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Penelitian pada Pengguna Shopee di Wilayah DIY. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3007–3017. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2701>
- Primadewi, S., Fitriasari, W., & Adhysti W, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulse Pada Live Streaming E-Commerce Berdasarkan S-O-R (Stimulus Organism Response) Framework. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(10), 846–856. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i10.427>
- Rachim, F. A., Yantih, N., & Masri, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan X di Cikarang). *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 3(11), 3805–3822. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i11.11361>
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi. *Jesya*, 6(2), 1581–1594. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1196>
- Rahma, A. W., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 3(1), 10–17.
- Ramadhani, R. P., & Nur, D. I. (2023). Membangun Citra Merek Melalui Fotografi Produk Sepatu Bagi UMKM Di Mojokerto. *Jurnal Informasi Pengabdian*

Masyarakat, 1(3).

- Rudzewicz, A., & Strychalska-Rudzewicz, A. (2021). The Influence of Brand Trust on Consumer Loyalty. *European Research Studies Journal*, XXIV(Special Issue 3), 454–470. <https://doi.org/10.35808/ersj/2439>
- Safitri, I., & Ali Mauludi. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305–320. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i3.3398>
- Sarmauli, F., Masitoh, M. R., Adiyanto, Y., & Maulita, D. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Dear Me Beauty Pada Instagram. *Sains Manajemen*, 9(2), 25–40. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i2.7898>
- Satrio, D., & Sudiono Putri, K. A. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pengguna Iphone Dimediasi oleh Kepercayaan Merek (Studi pada Mahasiswa Kota Malang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 614. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.779>
- Septiani, L. (2023). *Survei: Pengguna Tokopedia Lebih Loyal Ketimbang Shopee dan Lazada*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/64edaab826c26/survei-pengguna-tokopedia-lebih-loyal-ketimbang-shopee-dan-lazada>
- Shopee, I. (2022). *7 Kelebihan Belanja di Shopee, dari Gratis Ongkir Hingga Ada Layanan Ekspedisi Sendiri!* Shopee.Co.Id. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/kelebihan-belanja-di-shopee-dari-gratis-ongkir-hingga-ada-layanan-ekspedisi-sendiri/>
- Siahaan, M. R., & Astuti, R. D. (2024). Antecedents Of Consumer Loyalty Of Jamsostek Mobile Application Users (Jmo) To Perceived Brand Image, Customer Satisfaction And Trust: Application Of Sor Theory. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4906–4918.
- Sokołowska, E., Pawlak, K., Hajduk, G., & Dziadkiewicz, A. (2022). City brand equity, a marketing perspective. *Cities*, 130, 103936. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103936>
- Subadar, A. A., & Nusron, A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Repurchase Intention (Study Kasus Pengguna Platform E-commerce Shopee di Kota Pasuruan). *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 16(1), 1–15. <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v16i1.43>

- Sugiarti, Surachman, Rohman, F., & Wijayanti, R. (2023). Influence brand awareness and brand association on brand equity: Mediation of trust and brand loyalty in Kentucky Fried Chicken in East Java, Indonesia. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 16(2), 319–335. <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v16i2.987>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi. In *Rake Sarasin* (Issue September).
- Syaidah, R., & Ramadhika, A. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Rabbani Mall Online Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(2), 400–414.
- Tika, Y. M., Astuti, L., & Susanto, P. (2023). The Effect Of Marketing Communication Strategy Big Sale Shopee On Purchasing Decision Of Students Of The University Of Ratu Samban. *Journal of Social ...*, 2(2), 75–80. <https://journal.bengkuluinstitute.com/index.php/JoSSH/article/download/241/225>
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Wahyuddin MH, M. (2022). Pengaruh Periklanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada UD. Maju Unaaha. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.303>
- Wang, F., Wang, Y., Han, Y., & Cho, J. H. (2024). Optimizing brand loyalty through user-centric product package design: A study of user experience in dairy industry. *Heliyon*, 10(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25484>
- Wibawa, A., & Tjokrosaputro, M. (2023). Pengaruh brand awareness dan brand attitude terhadap customer loyalty produk fashion lokal dengan perceived price sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 113–125. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22475>
- (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.