

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, Indah Nur dan Anthony Barbo. (2012). Pengaruh *Brand Performance* The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel & Spa Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol.II, No.2.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler (2001). *Marketing management*. New Jersey: The Millenium Edition, Prentice Hall Internasional Edition.
- Arifuddin, Rani Rifani, dkk. (2019). Pengaruh *Personal Selling* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt.Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassar. *HJABE* Vol. 2 No. 3.
- Asep Hermawan.2008. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Chiu, C. M., Wang, E. T., Fang, H. Y., & Huang, H. Y. (2012). *Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk*. *Information System Journal* , 1-30.
- Effendi, Elsa Elfina. (2019). Analisis Keterkaitan *Store Image, Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* (Survei Pada Pelanggan Sjs Plaza). *Jurnal Mahasiswa*.
- Elmayensis dan Nazwirman. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kewajaran Harga Terhadap Minat Mahasiswa Mendaftar Di Universitas Yarsi Jakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*. Volume 2 No. 1.
- Ghodeswar, B. M. (2008). *Building Brand Identity in Competitive Markets : a Conceptual Model*. *Journal of Product & Brand Management* .
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling; Metode Alternatif dengan PLS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Herdiany, M., & Yuliati, A. (2019). Pengaruh *Brand Performance* Terhadap *Repeat Purchase*

Dengan *Competitive Advantage* Dan *Customer Engagement* Sebagai Variabel Intervening Pada Apple Iphone. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 101- 110.

John W. O'Neill Anna S. Mattila Qu Xiao (2006). *Hotel Guest Satisfaction and Brand Performance: The Effect of Franchising Strategy*.

Kaleka, A. (2002). *Resources and capabilities driving competitive advantage in export markets : guidelines for industrial exporters*. *Industrial Marketing Management*, 31, 273–283.

Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 3rd Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2008. *Principles of Marketing 11th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Limanto, JC dan Diah Dharmayanti. (2014). *Analisa Pengaruh Market Orientation Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Dan Brand Performance Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Vista International Corporation*. *Manajemen Pemasaran*, Universitas Kristen Petra.

Narastri, Maulidah (2020). *Financial Technology (Fintech) di Indonesia ditinjau dari perspektif Islam*

Nelly, W & Dharmayanti, D (2017). *Pengaruh Brand Performance Terhadap Repeat Purchase Dengan Competitive Advantage dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Sepeda Motor Honda di Surabaya*. *Jurnal Mahasiswa*.

Nurchahyo, Afan. (2018). *Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif terhadap Keputusan Berlangganan Indihome*. Vol. 1 No. 1, 15-34.

- O'Cass, A., & Ngo, L. V. (2007). *Market orientation versus innovative culture: two routes to superior brand performance*. *European Journal of Marketing* , 1-20.
- Oetama, Erni Halim (2020). *Pengaruh Brand Performance terhadap Brand Trust dengan dengan Brand Image pada kosmetik lokal emina di kalangan remaja di Surabaya*. *Jurnal Mahasiswa*
- Rahardyan, Aziz. (2020). *Jelang Tutup Tahun Pandemi, Fintech P2P Syariah ALAMI Tetap Tumbuh* di <https://finansial.bisnis.com/read/20201218/231/1333102/jelang-tutup-tahun-pandemi-fintech-p2p-syariah-alami-tetap-tumbuh>. (akses 18 Desember 2020).
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). *Metode Riset Kuantitatif Penelitian Bidang Managemen, Teknik, Pendidikan, Eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian bisnis : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D* (Cetakan 14). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandi, Andi, dkk. (2019). *Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dan Berdampak Pada Citra Lembaga Perbankan*. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 21, No. 3.
- Willianto, Kenny dan Hatane Samuel. (2012). *Analisa Pengaruh Brand Performance Terhadap Repurchase Intention Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Mediasi Pada Erha Dermatology Surabaya*. *Manajemen Pemasaran*, Universitas Kristen Petra.
- Wong, K. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*. *Marketing Buletin*,24-1.

Winarto, Yudho. (2020). *P2P syariah Alami: Penyaluran pinjaman pada new normal telah tumbuh pesat* di <https://keuangan.kontan.co.id/news/p2p-syariah-alami-penyalaran-pinjaman-pada-new-normal-telah-tumbuh-pesat> (akses 24 November 2020).

Ziraya, Nidia. (2020). *Fintek Syariah ALAMI Tumbuh Tiga Kali Lipat Meski Pandemi*. di <https://www.republika.co.id/berita/qlivd9383/fintek-syariah-alami-tumbuh-tiga-kali-lipat-meski-pandemi>. (akses 18 Desember 2020).