

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Lafi, Arianis Chan, Healthy Nirmalasari, 2020. Pengaruh *Customer Engagement* Media Sosial Terhadap *Brand Loyalty* Indosat Ooredoo. *Ekonomi Bisnis*, 25 (1), Halaman 38-52. DOI: [10.17977/um042v25i1p38-52](https://doi.org/10.17977/um042v25i1p38-52)
- Andreani, Fransisca, Tan Lucy Taniaji, Ruth Natalia Made Puspitasari, 2012. The Impact of Brand Image, Customer Loyalty with Customer Satisfaction as A Mediator in Mcdonald's. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14 (1), Hal 63-70. DOI: <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.64-71>
- Basri, Yesi Mutia. Hubungan Karakteristik Lingkungan, Dimensi *Customer Focus* Dengan *Total Quality Management* Dan Kinerja Organisasi. *Pekbis Jurnal*, 4 (2), 107-114.
- Baraba, Ridwan, Indah Dwi Anggraeni, 2008. Pengaruh Brand Equity Sepeda Motor Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2. ISSN 2684-8414. DOI: <https://doi.org/10.37729/sjmb.v0i2.90>
- Faisal, Muhammad Rendy, 2019. *The Effect Of Team Orientation, Creating Change And Customer Focus On Innovation And Employee Performance On PT. Pelindo III (Persero) Banjarmasin*. *E-Journal Apresiasi Ekonomi*, 7 (3). DOI: <https://doi.org/10.31846/jae.v7i3.236>
- Fatah, Abdul, dan Mochamad Saidiman, 2019. Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 Di Masjid Kampus. *Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 7 (2).
- Felita, Christian Irene, dan Edwin Japariato, S. E., M. M., 2015. Analisa Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Engagement* Dan *Customer Trust* Sebagai Variabel Intervening Di The Body Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (1).
- Gunady, Fandy Arya, Michael Adiwijaya, dan Hartono Subagio, 2017. Pengaruh *Perceived Quality* terhadap *Brand Loyalty* dengan *Brand Image* dan *Brand Trust* sebagai Variabel Intervening pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business & Management Review*, 3 (2).
- Hadisaputra, Sofyan, & Lien Herliani Kusumah, 2017. Implementasi Manajemen Risiko Berbasis ISO 9001:2015 Dan ISO 31010:2009 Pada Usaha Jasa Konsultasi Dan Pelatihan Di PT. BSU Penerapan Fault Tree Analysis (Fta) Dan *Failure Mode And Effect Analysis* (FMEA). *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi Di Industri*, ISSN 2085-4218.
- Herliza, Aditya, dan Marheni Eka Saputri, S.T., M. BA., 2016. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Customer Studi Pada Zara Di Mall PVJ Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3 (2), ISSN 2335-9357.
- Hikmah, Alfi Nurul, dan Sulis Riptiono, 2020. Pengaruh *Customer Engagement* Dan *E-Service Quality* Terhadap *Online Repurchase Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi*, 2 (1). DOI: <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.447>

- Intakhan, Phaithun, 2014. *ABC Success: Evidence From ISO 9000 Certified Companies In Thailand*. *Asian Review of Accounting*, 22 (3), pp 287-303. <https://doi.org/10.1108/ARA-06-2013-0044>
- Istiqomah, Mirna Nur, 2013. Pengaruh Customer Focus Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamat Indonesia, Tbk Cabang Bogor.
- Komalasari, Nuryane, 2017. Pengaruh *Banking Service Quality* Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada *Customer Engagement*. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30900>
- Kurnia, Marlina, & Suwiknyo, 2018. Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *Jurnal Balance*, XV (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.30651/blc.v15i01.1264>
- Kurniawan, Hironimus Hari, 2017. Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. (Studi Pada Brand Restoran Mcdonald's Di Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4 (2), pp 228-239. DOI : <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1703>
- Latan, Hengky & Ghozali, Imam, (2017), *Partial Least Squares: Konsep, Metode Dan Aplikasi*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lukman, Marco Dirgahadi, 2014. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10 (1).
- Ma'sumah, Erna Nur, dan Layaman, 2019. Pengaruh Implementasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 Terhadap Kepuasan Peserta (Customer) Dengan Mediasi Kualitas Layanan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9 (1), P-ISSN 2087-2038. E-ISSN 2461-1182. DOI: <https://doi.org/10.15408/ess.v9i1.12430>.
- Mahandy, Sona Rhei, & Brillyanes Sanawiri, 2018. Pengaruh *Customer Engagement* Terhadap Kepercayaan Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57 (2). <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Malik, Prof. Dr. Muhammad Ehsan, Muhammad Mudasar Ghafoor, dan Hafiz Kashif Iqbal, 2013. *Importance of Brand Awareness and Brand Loyalty in assessing Purchase Intentions of Consumer*. *International Journal of Business and Social Science*, 4 (5). <http://www.ijbssnet.com/>
- Mariadi, Ludfi, dan Havidz Aima, 2014. Pengaruh *Brand Equity*, Persepsi Harga Dan Distribusi Terhadap Kepuasan Customer Produk Pakaian Merek Old Blue Company. *Jurnal MIX*, IV (1). DOI: [10.22441/jurnal_mix](https://doi.org/10.22441/jurnal_mix)
- Marta, Regi Erlan, Abror, dan Okki Trinanda, 2019. Pengaruh *Customer Engagement* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Customer Sebagai Variabel Intervening. *EcoGen*, 2 (2). DOI: <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v2i2.6676>

- Melyana, dan Zahrida Z. Wiryawan, 2012. Pengaruh Penerapan ISO 9001:2000, Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, 12 (2), pp 108-126.
- Nawi, Noorshella Binti Che, Abdullah Al Mamun, Noorul Azwin Md Nasir, Azwan Abdullah, and Wan Nurulasiah Wan Mustapha, 2019. *Brand Image And Consumer Satisfaction Towards Islamic Travel Packages A Study On Tourism Entrepreneurship In Malaysia*. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13 (2), pp 188-202. DOI: [10.1108/apjie-02-2019-0007](https://doi.org/10.1108/apjie-02-2019-0007)
- Nugrawidi, Stefania Anggita, dan Effy Zalfiana Rusfian, 2013. Pengaruh *Customer Engagement* Dan *E-Service Quality* Terhadap *Online Repurchase Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2 (1). ISSN (e-ISSN) : [2721-2777](https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.447) DOI: <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.447>
- Nursyamsiah, Siti, 2013. Pengaruh Implementasi ISO 9001:2008 Terhadap Persepsi Customer Tentang Kualitas Layanan Dan Kepuasan Customer. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 4 (1), 88-103.
- Pomalaa, Lovely, Yusi TyroniMursityo, dan Admaja Dwi Herlambang, 2018. Analisis Faktor *Brand Awareness*, *Brand Exposure*, *Customer Engagement*, Dan *Electronic Word-Of-Mouth* Dalam Pemasaran Melalui Media Sosial Pada The Body Shop Indonesia. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2 (10), hlm 4082-4091. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/2843>
- Pramono, Rendra Adi, 2011. Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality* dan *Brand Image* terhadap *Brand Satisfaction* dan *Brand Loyalty* pada Jasa Biro Perjalanan Antar Kota di Kota Malang.
- Putra, Ade Tri, 2019. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik Pt Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu.
- Putra, Afif Raihan Andika, dan Mudiantono, 2014. Analisis Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan, Persepsi Kemanfaatan, Citra Merek Pada Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan *Brand Awareness*. *Diponegoro Journal of Management*, 3 (3), hal 1-12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sanaji, Evi Rahmawati, 2015. Pengaruh *Customer Engagement* Terhadap Kepuasan Customer Dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15 (2), 246-261. DOI: <http://dx.doi.org/10.17970/jrem.15.150204.ID>
- Semuel, Hatane, dan Melia Budiwati, 2015. Pengaruh Penerapan CSR Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Image* dan *Customer Satisfaction* Pada Produk Komedika. *Petra Business & Management Review*, 1 (2).

- Severi, Erfan, dan Kwek Choon Ling, 2013. *The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity*. Asian Social Science, 9 (3). DOI: [10.5539/ass.v9n3p125](https://doi.org/10.5539/ass.v9n3p125)
- Sharp, Byron, 2007. *Marketing Orientation: More than Just Customer Focus*. DOI: [10.1108/eb008584](https://doi.org/10.1108/eb008584)
- Subandi, Didi, 2010. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Minat Mereferensikan. <https://repository.unikom.ac.id/id/eprint/17701>
- Sugiyono. (2011), *Statistika untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Suryana, Deny, Ardhaningtyas Riza Utami, dan Hadid Tunas Bangsawan, 2019. Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 Dalam Mendukung Pemasaran. *Jurnal Teknologi Proses Dan Inovasi Industri*, 4 (1). DOI: <https://dx.doi.org/10.36048/jtpii.v4i1.5152>
- Syahrullah, Yudi, Atik Febriani, dan Bunga Zati Hulwani, 2018. Analisis Kepuasan Customer Terhadap Implementasi ISO 9001:2015 Dengan Menggunakan Pendekatan Servqual. *Journal Of Industrial Engineering And Management Systems*, 11 (2), 84-95. DOI: [10.30813/jiems.v11i2.1185](https://doi.org/10.30813/jiems.v11i2.1185)
- Telan, Ariane Chaterina Natalia, Y. Sugiarto PH, 2011. *Analysis Of Influence Faktor Of Technology, Service Quality, And Customer Focus On Customer Satisfaction*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 18 (1), 1-11.
- Wartuny, Willian Ridson, Shirly Lumeno, dan R. J. M. Mandagi, 2018. Model Penerapan Sistem Manajemen Mutu Berbasis ISO 9001:2015 Pada Kontraktor Di Propinsi Papua Barat. *Jurnal Sipil Statik*, 6 (8), ISSN: 2337-6732.
- Wasil, Mohammad. 2017. Pengaruh *Brand Loyalty* Dan *Perceived Quality* Terhadap Kepuasan Pembelian. DOI: [10.29264/jfor.v19i1.2117](https://doi.org/10.29264/jfor.v19i1.2117)
- Widjaja, Yani Restiani, & Irpan Nugraha, 2016. Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1 (1), 1-13.
- Wiguno, Robin Jovian, 2017. Perancangan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 Di Departemen Printing Development PT. X. *Jurnal Titra*, 5 (2), pp 371-378.
- Wijaya, Nelly, dan Diah Dharmayanti. Pengaruh *Brand Performance* Terhadap *Repeat Purchase* Dengan *Competitive Advantage* Dan *Customer Engagement* Sebagai Variabel Intervening.
- Yamin, Regina, 2013. Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Astra International Daihatsu Di Manado. *Jurnal EMBA*, 1 (3). DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2530>
- Yamin, Sofyan. (2011), *Panduan Teknik Statistik SEM & PLS dengan SPSS AMOS*, Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka.