

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Promosi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). PENGARUH LABELISASI HALAL, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUSAN PELANGGAN (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359–369. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21052>
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Citra Merek dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, & Tony. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwijayanto, A. (2017). *J.CO DONUTS & COFFE TAMBAH 50 GERAJ TAHUN INI*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/jco-donuts-coffee->

tambah-50-gerai-tahun-ini

- Ekuitas, P., Terhadap, M., Konsumen, K., Pembelian, D., Ina, P., Di, C., & Bandung, K. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK INA COOKIES DI KOTA BANDUNG SKRIPSI diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata oleh : Muhammad Syahid Fathurrizqi.*
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Promosi dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0* ((2nd ed)). Badan Penerbit Undip.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Prentice Hall.
- Istifana, L., Ikhwan, S., Syaifulloh, M., NPD Wahana, A., Sucipto, H., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2019). Effect of Service Quality and Customer Satisfaction to Customer Loyalty in Ray Furniture Stores, Losasi, Brebes. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 1(1), 33–40.
- Kotler P, K. K. (2016). *Marketing Management* 15th edition. *England: Pearson Education*, Hlm 173.

- Lam, L W. (2012). Impact of competitiveness on salespeople's comitment and performance. *Journal of Business Research*, 65(9), 1328-1334.
- Lovelock, Christopher, Wirtz, J., & Mussry, J. (2015). *Pemasaran Jasa - Perspektif Indonesia* (Jilid 1). Erlangga.
- Mardiana, A., & Ain, N. K. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 2016–2133.
- Nafiah, N., & Pratama, A. A. N. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, Dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Godean 3 Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Skripsi Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Pahlevi, A. S., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Promosi, Promosi, Desain Produk dan Citra merek Terhadap Loyalitas pelanggan Sepede Motor Matic (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Qomariyah, L., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Teh Pucuk Harum Di

- Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 88-102.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Sangadji, Mamang, E., & Sopiah. (2017). *Perilaku Konsumen*. ANDI.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117-1127.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Swasta, B. (2002). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Edisi Kedu). Penerbit Liberty.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tjiptono, F., & Diana. (2020). *Pemasaran*. ANDI.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>

- Trihendrawan, N. (2019). *SEKTOR KULINER INDONESIA TUMBUH 12,7%*. Sindo News. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1388028/34/sektor-kuliner-indonesia-tumbuh-127>
- Walton, A., & Johnston, K. (2018). *EXPLORING PERCEPTIONS OF BITCOIN ADOPTION: THE SOUTH AFRICAN VIRTUAL COMMUNITY PERSPECTIVE*. 13, 165–182.
- Wicaksono, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang). *Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang*, i–58.