

DAFTAR PUSTAKA

- Aanisah Widya Pramudhitta, Masitha Fahmiwardhani, Agung Sedayu, M.S. (2024) 'Pengaruh Harga, Inovasi Produk, Dan Pemasaran Digital terhadap Kepuasan Konsumen Fore Coffe Di Kota Semarang', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), Pp. 14865–14883.
- Alvina Nur Istikomah, Dhiana Ekowati, Winanto Nawarcono, S.A.S.M. Dan And Isfaatun, E. (2024) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening', *Prosiding Seminar Sentik*, 8(1), Pp. 123–137.
- Amanullah Rasyid Rafi, D.A.N. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator', *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(3).
- Amelia, R., & Nugroho, Y. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 35–44.
- Antonia Elsa Febrina Tarigana, Gatot Wijayanto, A.W. (2023) 'Pengaruh Wom, Kualitas Produk, Harga Terhadap Brand Imageserta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphonemerk Xiaomi Di Kota Pekanbaru', *Jurnal Daya Saing*, 9(1).
- Anugrah, L. (2024) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Brand Imageterhadap Keputusan Pembelian Skincaredi Shopee (Studi Pada Konsumen Merk The Originote Di Surabaya)', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(5).
- Aziz, R.A. (2020) *Digital Marketing*.
- Batangriyan, S.F.W.-S.R. (2020) 'Pengaruh Digital Marketing terhadap Brand Image Di Pt. Central Global Network', *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2).
- Cardia, D.I.N.R., Santika, I.W. And Respati, N.N.R. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan', *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), Pp. 6762–6781. Available At: Doi: <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I11.P19>.
- Dede Syafulloh, Suwignyo Widagdo, S.A. (2021) 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Manajemen*

Bisnis Dan Manajemen Informatika, 2(2).

- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I.B. (2022) 'Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi', *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2).
- Fachri Syam Zakaria, A.L.A. (2024) 'Pengaruh Digital Marketing Padainstagram Dalam Membangun Brand Image Janjian Coffee Roasters', *Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, 1(1), Pp. 98–113.
- Fakhri, R. (2022) 'Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru', *Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review*, 13(3), Pp. 290–298.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, A. (2019) *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, 1st Edi-Tion. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani, A., & Suharto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Layanan Makanan Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 115–124.
- Fitriani, N., & Suharto, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 134–145. <https://doi.org/10.1234/Jim.V9i2.2021>
- Fuad Alfaridzi Setiawan, H.I.S. (2024) 'Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Lokal Kecantikan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi', *Jumek: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), Pp. 187–204. Available At: <https://doi.org/10.59024/Jumek.V2i1.293>.
- Ghozali, I. (2020) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. 21st Edn. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Griffin, J. (2005) *Customer Loyalty: Insights From Research*. Wiley.
- Gunarto, M. And Cahyawati, D. (2022) 'Analysis Of Alumni Loyalty In Private Universities Using The Sem-Pls Model Approach', *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 18(1), Pp. 46–59. Available At: <https://doi.org/10.33830/Jom.V18i1.1311.2022>.
- Hamzah, S.A. And Hasanah, Y.N. (2023) 'Pengaruh Harga Dan Promo Terhadap Loyalitas Konsumen Shopeefood Di Indonesia', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), Pp. 119–134.

- Hasan, A. (2019) *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Handayani, S., & Kurniawan, B. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 87–96.
- Hendrawan, D., & Anggraeni, R. (2020) ‘Is The Loyalty Program Effective In Creating Loyalty Program Satisfaction And Store Loyalty? An Evidence From Indonesia Retail Industry.’, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(4), Pp. 645–655.
- Hilman Syahmi Taris, S.P. (2022) ‘Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Go-Food Di Surabaya’, *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), Pp. 449–454.
- Iif Muzdalifah Fauziah, I.Y. (2023) ‘Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Boneka Di Pt. Bangun Nusantara Kanaka’, *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(3).
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (1st Ed.)*. Unitomo Press.
- Indriany, Y., Hastuti, S., & Indrisetno P.V, D. (2022) ‘Analisis Citra Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food)’, *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), P. 205. Available At: <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V11i2.539>.
- J., Dewantara, B., Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020) ‘Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi’, 3(1). Available At: <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/jmd/issue/view/50>.
- Joko Utomo, Julius Nursyamsi, A.S. (2023) ‘Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening’, *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), Pp. 100–116.
- Juliana, I.P.A. (2024) ‘Arsip / Vol 6 No 4 (2024): Jurnal Ekonomi Dan Keuangan (Jek) / Articles Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada J&T Express Cabang Duren Sawit Jakarta Timur’, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan (Jek)*, 6(4).

- Keller, K.L. (1993) 'Conceptualizing, Measuring, And Managing Customer-Based Brand Equity.', *Journal Of Marketing*, 57(1), Pp. 1–22.
- Kezia Angelita, B.S.K. (2024) 'Pengaruh Digital Marketing dan Harga Jual Terhadap Omzet Penjualan Umkm (Studi Pada Pedagang Pusat Grosir Metro Tanah Abang Blok B)', *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), Pp. 231–253. Available At: <https://doi.org/10.59024/Jumek.V2i3.393>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017) *Principles Of Marketing (17th Ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016) *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Lanandra, F. And Suhartono (2023) 'Analisis Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Intervening Shopee Food Di Yogyakarta', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Widya Wiwaha*, 3(3), Pp. 1079 – 1103.
- Meilisa Regina Putri, K.B.S. (2023) 'Pemediasian Antara Pengaruh E-Wom Terhadap Repurchase Intention dengan Mediasi Brand Image pada Produk Skincare merek Lokal Indonesia yang Ada Di E-Commerce', *Parsimonia*, 10(2), Pp. 100–109.
- Meliana Darma Yati, M. (2024) 'Pengaruh Brand Image, Harga, Kepercayaan, Kepuasan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Vivo', *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(9).
- Muhammad Iqbal, A.M. (2024) 'Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Price Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Produk Umroh Pada Pt. Mahabbah Islamic Tour Dan Travel', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (Emt) Kita*, 8(1), Pp. 123–136.
- Nurlail, A.S. And E.I. (2020) 'Analisis Social Media Marketing Dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), Pp. 207–223.
- Park, J. Y., & Sihombing, S.O. (2020) 'Effects Of Sponsor-Event Congruence On Brand Image, Attitude Toward The Brand, And Purchase Intention: An Empirical Analysis In The Context Of Sport Sponsorship.', *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(1), Pp. 14–27.
- Pasharibu., V.R.P. & Y. (2021) 'Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi

Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut.’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1).

Pd Sugiyono (2020) ‘Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif Dan Konstruktif’, *Edited By Y. Suryandari. Bandung: Alfabeta* [Preprint].

Primadi Candra Susanto, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, N. (2024) ‘Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)’, *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1).

Prasetyo, A. D., & Wulandari, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 45–56.

Prasetyo, R., & Wulandari, S. (2020). Persepsi Harga Dan Loyalitas Konsumen: Studi Pada Pengguna Aplikasi Layanan Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 5(1), 88–96.

Putri, A. P., & Santosa, P. W. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek Pada Pengguna Aplikasi Layanan Makanan Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 85–93.

Raharja, S. J., & Natari, S. (2021) ‘Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital.’, *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), P. 108.

Romansyah Sahabuddin, Hery Maulana Arif, Khadarianti Zakira Qhalby3, Audiva S. (2024) ‘Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator: Studi Kasus Skage Fried Chicken’, *Current Research On Practice Economics And Sharia Finance (Capital)*, 2(1), Pp. 9–18.

Sang Ayu Roro Basuki, Dimas Hamiarsoaji Sampurno, Kevin Andrian, R.P.S. (2023) ‘Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti Dan Brand Images sebagai Mediasi Serta sebagai Moderasi Di Perumahan Grand Wisata’, *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 8(2).

Sari, D. A., & Wijaya, T. (2022). Peran Kualitas Konten Dan Keterlibatan Audiens Dalam Membangun Brand Image Melalui Digital Marketing. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 129–140.

Setiawan, R., & Putri, M. A. (2021). Strategi Digital Marketing Dalam

Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Platform E-Commerce. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 45–54.

Siregar, A. R., & Pratiwi, N. W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Aplikasi Layanan Makanan Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 55–66.

Setyorini, U. *Et Al.* (2023) ‘Determinant Factor Analysis Of Customer Satisfaction Of Banana Chips Snacking On Banana Chips Analisis Faktor Determinan Customer Satisfaction Produk Keripik Pisang Ngemil Banana Chips’, *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(2), Pp. 624–631.

Widyastuti, R., Ganefri, Yulastri, A., Suryani, K., & Fitri Rahmadani, A. (2023) ‘Strategi Pemasaran Online Terhadap Kepuasan Konsumen Penggemar Fresh Milk.’, *Indonesian Journal Of Computer Science*, 12(6).

Wibowo, A., & Lestari, S. (2020). Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 101–110.

Yulianti, R., & Rahmawati, I. (2020). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Pemesanan Makanan Online. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 18(1), 45–52.

Yuliana, R., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(1), 55–64.

Yosa, Y. (2023) ‘Nalisis Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.’, *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(12), Pp. 6679–6686.

Zulfiana, Syamsu Nujum, A.S. (2024) ‘Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Imagetertahap Loyalitas Konsumen Aplikasi Shopeedi Kota Makassar Dengan Mediasi Repurchase Intention’, *Economics And Digital Business Review*, 5(1), Pp. 325–338.