

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfa Beta
- Alwafi, Fachrizi. Magnadi, Rizal. (2016). "Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com." *Journal of Management* 5: 1–15.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. (2010). *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 8. Andi Offset. Yogyakarta.
- Chalil, R. D., & Dkk. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. Jakarta
- C. Mowen, John. Michael Minor. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Djaslim Saladin, (2012). *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Karya, Bandung.
- Engel, Blackwell, Miniard. (2010). *Perilaku Konsumen*. Ahli Bahasa: F.X.Budianto. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. (2012). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali

- Ichsan, W, “*pengaruh brand image, brand awareness, dan brand trust terhadap brand loyalty pelanggan online shopping*”, jurnal komunikasi, Volume VIII Nomor 1, Maret 2017
- Jasfar, (2011). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Keni, W. D. D. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 102–109.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc.*
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lutiary Eka Ratri. (2011). Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. Semarang: Fakultas Psikologi.
- Meyer. (2010). *The Measurement and Antecedents of Affective, Contintinuance and Normative Commitment to Organitazion*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Muliana, M., Suleman, A. R., Arif, N. F., Simatupang, S., Sitepu, C. N. B., Wahyuddin, W., & Sudirman, A. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6 (2), 191-200.
- Neuman, W. Lawrence. (2010). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Pratama, A. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Café The Panas Dalam* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).

- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung. Alfabeta.
- Pratama, D. P., N, H. S., & Suryoko, S. (2013). Pengaruh Threat Emotions, Kepercayaan Merek Dan Harga. *Journal of Social and Politic*, 1(1), 1–10.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119.
- Syafirah, Lisbeth Mananeke, Jopie Jorie Rotinsulu. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supranto, J. (2016). *Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global*. Jakarta: Salemba Empat (Edisi kedua).
- Sudirman, Osarita, Hapsara dan M. Zahari (2020) Metode Penelitian Kuantitatif. Magnum Pustaka Utama. Yogyakarta.
- Tejakusuma Anton. (2010). *Mega Super Salesman*, Jakarta: New Diglossia
- Tjiptono, Fandy. (2019). *"Pemasaran Jasa Edisi Terbaru."* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo, M. E., Daryanto, A., & Rifin, A. (2018). Marketing Strategy of Ready to Eat Sausage Product (Case Study: PT Primafood International). *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 29.