

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Adwan, A. S., Kokash, H., Al Adwan, A., Alhorani, A., dan Yaseen, H. (2020). Building customer loyalty in online shopping: The role of online trust, online satisfaction and electronic word of mouth. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 11(3), 278–306. <https://doi.org/10.1504/IJEMR.2020.108132>
- Brangsinga, G. B. Y., dan Sukawati, T. G. R. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dan Brand Equity. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2125–2152. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i04.p09>
- Chandra, H. Sen, dan Hendratono, T. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Nilai Terpersepsi Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Erafone.Com Indonesia. *Journal Of Business & Applied Management*, 11(2), 1–19. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Chuenban, P., Sornsaruht, P., dan Pimdee, P. (2021). How do brand attitudes, brand quality and brand value affect brand loyalty Thai canned tuna consumers. *Journal of Management*, 7(1), 1–9.
- Dipura, Bayu Andika. Pengaruh citra merek dan persepsi kualitas terhadap loyalitas merek. *Manajemen Bisnis*. Halaman 145-157.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black W.C., 2006, *Multivariate Data Analysis with Readings*, 3th Edition, *Macmillan Publishing Company*, New York.
- Hardioko, J., dan Widya, P. R. (2019). Analisis Pengaruh Sikap, Desain Tampilan, Dan Citra Situs Terhadap Minat Belanja Pada Situs Belanja Daring Tokopedia Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Modus*, 31(1), 48–60. www.cnnid.com,
- Huang, Jiangwen. (2015). A Review of Brand Valuation Method. *Journal of Service Science and Management*, 2015, 8, 71-76.
- Kaura, H., Paruthib, M., UI, J., dan Hollebeekd, L. (2020). Peran

identifikasi dan penghargaan komunitas merek pada keterlibatan merek konsumen dan kesetiaan merek dalam komunitas merek virtual. *Journal Telematika Dan Informasi*, 1(1), 1–12.

Laksono, A. W., dan Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Kesetiaan Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Jpurnal Of Management Research*, 1(1), 8–16.

Melián-Alzola, L., & Martín-Santana, J. D. (2020). Service quality in blood donation: satisfaction, trust and loyalty. *Service Business*, 14(1), 101-129.

Muniz, F., Guzmán, F., Paswan, A. K., & Crawford, H. J. (2019). The immediate effect of corporate social responsibility on consumer-based brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 28(7), 864-879.

Musapat, M., dan Armia, S. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kesadaran Merek Terhadap Kesetiaan Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lampu Led Hannochs di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 96–110. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/7143>

Nelly, R. (2018). Efek Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Ija Kroeng di Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora*, 2(2), 99–109.

Putriansari, F. P. (2019). The Influence of Perceived Quality, Brand Attitude and Brand Preference of the Purchase Intention Frisian Flag Milk in Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(2), 177–194. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1544>

SAYDAN, R., & DÜLEK, B. (2019). The impact of social media advertisement awareness on brand awareness, brand image, brand attitude and brand loyalty: a research on university students. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 9(2), 470-494.

Septiani, K., dan Purwanto, E. (2019). *Menguji Kesetiaan Konsumen Pada Online Marketplace* (Issue December 2019).

- Septiansari, D., dan Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>
- Soeprapto, H., dan Hatane, S. (2018). Analisa Pengaruh Celebrity Endorsement Credibility pada Iklan Pocari Sweat Terhadap Brand Image dan Attitude Towards the Brand. *Jurnal Strategi Pemasaran*
- Sukiarti, L., H. L. B., dan Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Merek terhadap Ekuitas Merek, Hand dan Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang). *Journal of Management*, 2(2), 1–26. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/519/505>
- Wangdra, Y., dan Sumanti, K. (2022). Analisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan serta kesetiaan pelanggan di portal belanja e-commerce. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 475–486.