

## REFERENSI

- Aditya, I., and Tjokrosaputro, I. (2020). "Pengaruh Kepuasan merek, Kepercayaan merek, dan Pengalaman merek Terhadap Loyalitas merek Kompas Digital." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, NO. 1, hlmn. 60-64. DOI: 10.24912/jmbk.v4i1.6801.
- Anggraini, R. R. (2018). "Loyalty Pada Konsumen Reksadana Autoinvest di Bank CommonWealth Jakarta." *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, Vol. 2, No.2. 10.32493/frkm.v2i2.3409
- Ariwangsa, I., & Mahyuni, L. (2019). "Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan, Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan, dan Ekuitas Merek Terhadap Preferensi Merek Bank BPD Bali." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 2, pp. 410-420. <http://dx.doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.7098>
- Amrhein, V., Trafimow, D., & Greenland, S. (2018). Inferential statistics are descriptive statistics. 2018. <https://doi.org/https://doi.org/10.7287/peerj.preprints.26857v2>
- Astuti, F. W., Riadi, S., & Kholil, M. (2015). "Analisis Kepuasan Pelanggan Di Pt. X Dengan Metode Service Quality." *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, Vol. 2, No.1, pp. 28-37. <https://doi.org/10.24853/jisi.2.1.28-37>
- Aurelia, G. S., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). "Analisis Customer Kepuasan dan Kepercayaan merek Terhadap Customer Retention." *JOMB: Journal of Management and Business*, Vol. 1, No. 1, pp. 10-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.599>
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). "Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Komputer dan Informatika*, Vol. 2, No. 3, pp. 53-60
- Bakhtiar, A., Sriyanto, S., & Amalia, A. (2009). "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Kreativitas Industri Kerajinan Batik." *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 4, No. 1, pp. 23-24. <https://doi.org/10.12777/jati.4.1.23-34>
- Beny.B. 2012. Tanggung jawab sosial perusahaan.San Fransisco.
- Brakus, J., Schmitt, B., H. & Zarantonello, L. (2009). Pengalaman merek: What is it? Who is it measure? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(2009), 52–68.
- Chinomona, R. (2013). "The Influence Of Pengalaman merek On Kepuasan merek, Trust And Attachment In South Africa." *International Journal of Economics & Business Research*, Vol. 12, No. 10, pp. 1303-1316. 10.19030/iber.v12i10.8138
- Craig, K., Thatcher, J. B., & Grover, V. (2019). The IT Identity Threat: A Conceptual Definition and Operational Measure. *Journal of Management Information Systems*, 36(1), 259–288. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1550561>
- Dedi et al., (2017). "Teoritis Konseptual Kritis dalam Kajian Bidang Akuntansi, Auditing, Perpajakan, dan Keuangan." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8, No.1, hlmn 1-97.

- Dewa, L. (2018). "Pengaruh Service Quality, Customer Kepuasan, dan Kepercayaan merek di Mediasi Oleh Customer Commitment Terhadap Customer Loyalty Penumpang Maskapai Low Cost Carrier di Bali." *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2. 10.21009/JDMB.01.2.03
- Diarta, I., Lestari, P., & Dewi, I. (2016). Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 4(2).
- Esther, J., & Wiratama, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Qoo10 Indonesia Mempertahankan Eksistensi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*. Vol. 10, No. 66. 10.38041/jikom1.v10i01.30.
- Fahmi. (2015). Pergeseran Tanggung Jawab Sosial Perseroan; Dari Tanggung Jawab Moral ke Tanggung Jawab Hukum. Yogyakarta: FH UII Press.
- Fajrina, Rani Sherly. (2012). "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi *Word-of-Mouth* Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja." *Jurnal, (Jakarta: Universitas Indonesia, Manajemen Komunikasi Manajemen Korporasi, 2012)*, hlmn 27. DOI: 10.36226/jrmb.v3i3.161
- Faranisa, D., Sudjiono, S., & Girahani, E. (2018). "Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Galaxy Motor Kediri)." *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, Vol. 1, No.1. 10.30737/jimek.v1i1.287
- Fatma, M., Rahman, Z. and Khan, I. (2015) 'Building company reputation and merek equity through CSR: the mediating role of trust', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33, No. 6, pp.840–856.
- Febriana, B., & Setyanto, F. Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan." *Prologia*, Vol. 3, No. 1, pp. 39-46. 10.24912/pr.v3i1.6138
- Fundrika, B. A., & Fikri, L. K. (2020). Ternyata ini Alasan Kopi Janji Jiwa Masih Gunakan Plastik Untuk Kemasan. Diambil dari suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2020/09/16/161000/ternyata-ini-alasan-kopi-janji-jiwa-masih-gunakan-plastik-untuk-kemasan>
- Gorai, A. K., Tuluri, F., & Tchounwou, P. B. (2015). Development of PLS–path model for understanding the role of precursors on ground level ozone concentration in Gulfport, Mississippi, USA. *Atmospheric Pollution Research*, 6(3), 389–397. <https://doi.org/10.5094/APR.2015.043>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Husni Falah Wijaya. (2015). Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. Pindad (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(1)
- Hendryadi. (2014). "Metode Pengumpulan Data." *Teori Online Personal Paper*, No. 01/ Jan-2014, hlmn 1-5.
- Handayani, E. N. (2012). Analisis Program Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam Membangun Corporate Reputation, Merek Equity, dan Social Equity Merek (Studi Kasus pada Merek Lifebuoy dari PT Unilever)

Universitas Indonesia, Jakarta. University of Indonesia.

- Hamdan. (2018). "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi." *Jurnal Nusamba*, Vol. 3, No. 2, hlmn. 1-8. DOI: <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Hafni, R. D., Azzahra, A. A., dan Rosdian, K. (2020). "Pandangan Citra Merek Kopi Janji Jiwa di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, Vol. 8, No. 1, hlmn. 12-21. DOI: <http://dx.doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7977>
- Hasugian, J. T. M. (2015). "Pengaruh Merek Image dan Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas merek Telkomsel." *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 4, hlmn. 923-937.
- Hidayat, E. W., Maulana, F., & Rahmatulloh, A. (2017). "Analisis Service Quality Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan TIK di Universitas Siliwangi." *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, pp. 25-30.
- Hidayat, M., Pangarso, F. X. B., & Ayuningtyas, N. V. (2020). "Redesain Rumah Susun Tipe 54 di Kelurahan 24 Ilir dan 26 Ilir Palembang, Penerapan Green Architecture Pada Bangunan dan Kawasan." *Jurnal Arsitektur Pendapa*, Vol. 2, No. 2, pp. 55-68. [10.37631/pendapa.v1i2.100](https://doi.org/10.37631/pendapa.v1i2.100)
- Ignatius, A., dan Tjokrosaputro, M. (2020). "Pengaruh Kepuasan merek, Merek Trust, dan Pengalaman merek Terhadap Loyalitas merek Kompas Digital." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 1, hlmn. 60-64. DOI: [10.24912/jmbk.v4i1.6801](https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6801)
- Irwansyah. (2017). "Emosional Pengguna Dalam Mengakses Aplikasi Situs Non-Mobile dan Mobile." *Jurnal Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, hlmn 123-139. DOI: [10.33376/ik.v2i2.31](https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.31).
- Ismail, A.R. (2010). Investigating British customers' pengalaman to maximize loyalitas merek within the context of tourism in Egypt: Netnography & structural modelling approach. PhD Dissertation, Brunel University.
- Kartika, C., & Soenarmi. (2016). "Pengaruh Merek Awareness and Media Advertising Semen Gresik Dalam Upaya Mewujudkan Kepuasan Customer dan Customer Loyalty." *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 2, pp. 242-253.
- Khairandy, R. (2009). "Perseroan Terbatas; Doktrin, Peraturan Perundang-undangan, dan Yurisprudensi." Yogyakarta: Kreasi Total Media, hlm. 132-134.
- Khan, I., & Fatma, M. (2019). "Connecting The Dots Between CSR and Loyalitas merek: The Mediating Role of Pengalaman merek And Kepercayaan merek." *Int. J. Business Excellence*, Vol. 17, No. 4, pp. 439-455. [10.1504/IJBEX.2019.10020542](https://doi.org/10.1504/IJBEX.2019.10020542)
- Kim, N., & Lee, H. (2016). "A Case Study of Correlation Analysis Between Fashion Merek Image and Store Space Image - Focusing on Luxury Fashion Flagship Store." *Journal of the Korean Institute of Interior Design*, Vol.25, No.4, pp. 135-146. [10.14774/JKIID.2016.25.4.135](https://doi.org/10.14774/JKIID.2016.25.4.135)
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). "Marketing Management, 15th Edition." *New Jersey: Pearson Education. E-book.*
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). "Marketing Management, 14th ed.," *New Jersey: Pearson Education, E-book.*

- Krisopras, A., Giantari, I. A. (2016). "Pengaruh Program Tanggung jawab sosial perusahaan dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas merek Starbucks Coffee di Denpasar." *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 5, No.4, pp. 2396-2423.
- Kumar, V. & Christodouloupoulou, A. (2014) 'Sustainability and mereking: an integrated perspective.', *Industrial Marketing Management*, Vol. 43, No. 1, pp.6–15. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.06.008>
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S., Resnawaty, R. (2019). "Sustainable Development dan CSR." *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 6, No. 3, pp. 231-237. 10.24198/jppm.v6i3.26211
- Kurnia, M., & Suwiknyo, S. (2018). "Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi." *BALANCE: Economic Business Management and Accounting Journal*, Vol. 15, No. 1, pp. 111-121. 10.30651/blc.v15i01.1264
- Li, Yan., Hughes, Jan N., Kwok, Oi-man. (2012). "Evidence of Convergent and Discriminant Validity of Child, Teacher, and Peer Reports of Teacher–Student Support." *Psychological Assessment*, Vol. 24, No. 1, hlmn 54-65. DOI: 10.1037/a0024481.
- Margana, A. A., Wibowo, L. A., & Dirgantara, P.D. (2019). "Pengaruh Merek Authenticity terhadap Kepercayaan merek pada pengunjung Website B2C JD.ID di Indonesia." *Journal of Business Management Education*, Vol. 4, No. 3, pp. 9-16 <https://doi.org/10.17509/jbme.v4i3.20160>
- Mulyanto, Heru., Rasipan., Andriyani, Meli. (2018). "Reputasi Dalam Mendorong Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen Produk Makanan UKM di Cileungsi." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 2, hlmn 121-130. DOI: 10.33370/jmk.v15i2.270.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Patrick M. Wright. (2006). Tanggung jawab sosial perusahaan: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1–18.
- Melo, T. and Galan, J.I. (2011) 'Effects of tanggung jawab sosial perusahaan on merek value', *Journal of Merek Management*, Vol. 18, No. 6, pp.423–437.
- Michael, R., Raharjo, S., & Resnawaty, R. "Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line." *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Vol. 2, No.1, pp. 23-31. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23116>
- Mokalu, P. C. C., Massie, James, D. D., & Mandagie, Y. (2019). "Pengaruh Customer Pengalaman, Customer Value, dan Kepercayaan merek Terhadap Customer Loyalty Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek di Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 3, pp. 2771-2780. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23741>
- Moreira, A.C., Freitas da Silva, P.M., & Moutinho, V.M.F. (2017). The Effects of Pengalaman merek on Quality, Kepuasan and Loyalty: An Empirical Study in the Telecommunications Multiple-play Service Market. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27 (64), 26-36.
- Naek, T., & Tjun, L. T. (2020). "Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015- 2017." *Jurnal Akuntansi Maranatha*, Vol. 12, No. 1, pp. 123-136. 10.28932/jam.v12i1.2323
- Nasution, A. P. (2016). "Pentingkah Cooperate Social Responsibility?" *Opini*

Universitas Riau Kepulauan.

- Nazdian, Fredian T. 2014. Pengembangan Masyarakat. Edisi Pertama, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Ningrum. (2017). “Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan Masalah (*Problem Solving*) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap Man 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017.” *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, Vol.5. No.1, hlmn. 145-151. DOI: <http://dx.doi.org/10.24127/ja.v5i2.1224>
- Nieto, D.V. (2009) ‘Tanggung jawab sosial perusahaan as part of your merek – a new approach to engaging customers’, *British Journal of Administrative Management*, Vol. 68, pp.28–29.
- Nofriyanti, A. R. (2017). “Pengaruh Kepercayaan merek, Merek Image, Perceived Quality, Loyalitas merek Terhadap Merek Equity Pengguna Telkomsel.” *EKOBIS - Ekonomi Bisnis*, Vol. 22, No. 2, hlmn. 130-142. DOI: <http://dx.doi.org/10.17977/um042v22i2p130-142>
- Nugrahani, A., Hayati, D. L., Raharjo, S., & Humaedi, S. (2019). “Program Local Farmer Empowerment Oleh PT. Sriboga RatuRaya (Pizza Hut) Di Lembang Bandung Jawa Barat.” *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 6, No. 3, p. 216-221. [10.24198/jppm.v6i3.26209](https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26209)
- Nyohardi, P. (2016). “Pengaruh Pengalaman merek Terhadap Loyalitas merek Melalui Kepuasan merek dan Merek Attitude.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 52, No. 11, hlmn. 159-184.
- Pangestika, W. (2020). Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing. Diambil dari jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Pertiwi, A. R., Djaawahir, A. H., dan Andarwati. “Pengaruh Pengalaman merek Terhadap Kepuasan merek, Kepercayaan merek dan Loyalitas merek.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2, hlmn. 20-35. DOI: <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i2.1355>
- Pivato, S., Misani, N. and Tencati, A. (2008) ‘The impact of tanggung jawab sosial perusahaan on consumer trust: the case of organic food’, *Business Ethics: A European Review*, Vol. 17, No. 1, pp.3–12.
- Prabowo, Aan., dan M.IM, Heriyanto,S.Sos. (2013). “Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-Book) oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang.” *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 2, No. 2, hlmn 1-9. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/3123>
- Pranadata, I. P., Rahayu, M., and Hussein, A. S. (2017). “Analisis Pengaruh Pengalaman merek Terhadap Merek Perceived Value, Kepuasan merek, dan Loyalitas merek.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 2, hlmn. 217-227. DOI: <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1702>
- Rahmat, R., & Marso, M. (2020). “Hubungan Pengalaman merek, Merek Image, Kepuasan merek, dan Loyalitas merek Dalam Pespektif Fourstage Loyalty Model (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Smartphone di Tarakan).” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1, pp. 17–24. [10.9744/pemasaran.14.1.17-24](https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.17-24)
- Rahmawati, E., & Aji, S. (2015) “Pengaruh Customer Engagement Terhadap

- Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek.” *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 15, No. 2, pp. 246-261. <http://dx.doi.org/10.17970/jrem.15.150204.ID>
- Rahmi, A. (2014). “Tanggung Jawab Perusahaan dan Karyawan Dalam Islam.” *Al-Maslahah, Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 9, No.2, pp. 19-31. <https://doi.org/10.24260/almaslahah.v9i2.684>
- Ramaseshan, B., dan Stein, A. (2014). “Connecting The Dots Between Pengalaman merek And Loyalitas merek : The Mediating Role Of Merek Personality And Merek Relationship.” *Journal of Merek Management*, Vol. 21, No. 7/8, hlmn. 664-683. DOI: 10.1057/bm.2014.23
- Ratnawati, A., dan Lestari, A. A. (2018). “Peran Kepercayaan merek Dalam Memediasi Pengalaman merek, Merek Personality, dan Merek Community Terhadap Loyalitas merek.” *EKOBIS - Ekonomi Bisnis*, Vol. 19, No. 2, hlmn. 185-202. DOI: <http://dx.doi.org/10.30659/ekobis.19.2.185-202>
- Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2006). *A First Course in Structural Equation Modeling Second Edition*.
- Rizan, M., Saidani, B., dan Sari, Y. (2012). “Pengaruh Merek Image dan Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas merek Teh Botol Sosro.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No. 1, hlmn. 1-17. Retrieved from <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/772>
- Rumengan, P., Nangoi, G. B., & Rondonuwu, S. (2017). “Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PT. Bank Central Asia Periode Tahun 2010-2015.” *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 5, No. 1, pp. 164- 172. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i1.15538>
- Salegna, G. (2018). “Classification model and e-loyalty implications for online services.” *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 10, No.1, hlmn 72-83. DOI: 10.1108/IJQSS-12-2016-0084
- Said, Achmad L. 2015. *Tanggung jawab sosial perusahaan dalam Perpektif Governance*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Deepublish
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). “Research Methods For Business A Skill-building Approach 7th Edition”, hlm 220.
- Sen, S. and Bhattacharya, C.B. (2001) ‘Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to tanggung jawab sosial perusahaan’, *Journal of Marketing Research*, Vol. 38, No. 2, pp.225–243.
- Setiawan, W. (2017). “Era Digital dan Tantangannya.” *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, pp. 1-9
- Shahnaz, N.B.F., dan Wahyono. (2016). “Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online.” *Management Analisis Jurnal*, Vol. 5, No. 4, hlmn 391-399. DOI: 10.15294/MAJ.V5I4.5571
- Sibuntar, C. B., dan Dharmayanti, D. (2015). “Analisa Pengaruh Pengalaman merek Terhadap Customer Loyalty Melalui Kepercayaan merek, Customer Kepuasan dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Pada Kiehl’s Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 1, hlmn. 1-10.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.

- Sugiantoro, B., Sakuri., & Hartono. (2018). "Technological Applications of Epoxy Wood and Pallet Made from Wood Wastes as Unique and High Value Craft Products for a Group of Craftsmen in Sangkanayu Village." *Jurnal Surya Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, pp. 12-20. 10.26714/jsm.1.1.2018.12-20
- Supriyadi, E., Mariani, S. & Sugiman. (2017). "Perbandingan Metode Partial Least Square (PLS) dan Principal Component Regression (PCR) untuk Mengatasi Multikolinearitas pada Model Regresi Linear Berganda". *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 117-128. 10.15294/ujm.v6i2.11819
- So, KKF, King, C, & Sparks, BA 2014b, 'The Role Of Customer Engagement in Bulding Consumer Loyalty to Tourism Mereks', *Journal of Travel Research*, pp.1-155
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Tokalese, M. E., Rattu, A. J., & Wantania, J. (2015). "Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Persepsi Mutu Pelayanan Kebidanan di Instalasi Rawat Inap Di RSUP PROF.DR.R.D. Kandou Manado." pp. 26-42
- Trafimow, D., & MacDonald, J. A. (2017). Performing Inferential Statistics Prior to Data Collection. *Educational and Psychological Measurement*, 77(2), 204–219. <https://doi.org/10.1177/0013164416659745>
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., and Zait, A. (2015). "How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators". *Procedia Economics and Finance*, Vol. 20, hlmn 679-686. DOI: 10.1016/S2212-5671(15)00123-9.
- Usakli, A., & Kucukergin, K. G. (2018). Using partial least squares structural equation modeling in hospitality and tourism: Do researchers follow practical guidelines? In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 30, Issue 11). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2017-0753>
- Utama, A. S. (2018). "Implementasi Tanggung jawab sosial perusahaan PT. Riau Andalan Pulp and Paper Terhadap Masyarakat di Kabupaten Pelalawan." *Jurnal Selat*, Vol. 5, No. 2, pp. 123-133. 10.31629/selat.v5i2.373
- Varsha, A. V, Goerge, G., & Sahajanandan, R. (2019). Lutembacher Syndrome: Dilemma of Doing a Tricuspid Annuloplasty Abstract. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 1–5. <https://doi.org/10.4103/aca.ACA>
- Vetter, T. R. (2017). Descriptive Statistics: Reporting the Answers to the 5 Basic Questions of Who, What, Why, When, Where, and a Sixth, so What? *Anesthesia and Analgesia*, 125(5), 1797–1802. <https://doi.org/10.1213/ANE.0000000000002471>
- Wahab, F. I. A., & Tentama, F. (2020). Construct validity and reliability test on burnout. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 359–363.
- Werther Jr., W.B. and Chandler, D. (2005) 'Strategic tanggung jawab sosial perusahaan as global merek insurance', *Business Horizons*, Vol. 48, No. 4, pp.317–324.
- Widyastuti, R., & Indrarti, W. (2019). "Perancangan Sistem Informasi Bimbel Berbasis Web." *Jurnal Prosisko*, Vol. 6, No. 2, pp. 102-108.
- Wu, S.I. and Wang, W.H. (2014) 'Impact of CSR perception on merek image,

merek attitude and buying willingness: a study of a global café', *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 6, No. 6, pp. 43–56.

Zheng, S., Mogusu, E., Veeranki, S. P., Quinn, M., & Cao, Y. (2017). The relationship between the mean, median, and mode with grouped data. *Communications in Statistics - Theory and Methods*, 46(9), 4285–4295. <https://doi.org/10.1080/03610926.2015.1081948>

