

DAFTAR PUSTAKA

- A, F. (2006). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 3.
- A. P. (2021, 8 12). *Sebaran Pemain Mobile Legends Indonesia, Terbanyak di Pulau Ini*. Retrieved from suara: <https://www.suara.com/tekno/2021/08/12/142903/sebaran-pemain-mobile-legends-indonesia-terbanyak-di-pulau-ini>
- Aghaei, S. S. (2018). The role of interactivity in online advertising on brand awareness and purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 523-537.
- Al-Ghifari, M. T. (2021, 11 8). *Tembus 2,1 Triliyun, Wild Drift jadi Game Mobile Tercepat ke-2 Yang Raih Penghasilan Tersebut!* Retrieved from zonabanten.pikiran-rakyat: <https://zonabanten.pikiran-rakyat.com/gadget/pr-232972590/tembus-21-triliyun-wild-drift-jadi-game-mobile-tercepat-ke-2-yang-raih-penghasilan-tersebut>
- Amalia, E. I. (2019, 8 30). *Pemerintah Ingin Kembangkan Industri Esports dan Game untuk Serap Tenaga Kerja*. Retrieved from hybrid: <https://hybrid.co.id/post/pemerintah-ingin-kembangkan-industri-esports-dan-game-untuk-serap-tenaga-kerja>
- Arum. (2012, 11 27). *ONE TO ONE MARKETING: PERSONALIZATION DAN CUSTOMIZATION*. Retrieved from blj: <https://www.blj.co.id/2012/11/27/one-to-one-marketing-personalization-dan-customization/>
- B. R. (2022, 1 18). *MLBB Rajai Game Esports Mobile Paling Banyak Ditonton Tahun 2021*. Retrieved from esports: <https://esports.id/mobile-legends/news/2022/01/a03caec56cd82478bf197475b48c05f9/mlbb-rajai-game-esports-mobile-paling-banyak-ditonton-tahun-2021>
- Babbie, E. R. (2017). Basics of social research. *Cengage Learning*, 7.
- Bae, Y.-K. d. (2018). "Interaktivitas dan kehadiran sosial pada iklan video seluler: Investigasi interaktivitas, kehadiran sosial, dan pengaruhnya terhadap sikap terhadap iklan dan merek seluler." . *Jurnal Periklanan Interaktif*, 18(2), 100-113.
- Bae, Y.-K. d. (2018). Interaktivitas dan kehadiran sosial pada iklan video seluler: Investigasi interaktivitas, kehadiran sosial, dan pengaruhnya terhadap sikap terhadap iklan dan merek seluler. *Jurnal Periklanan Interaktif*, 100-113.
- Bae, Y.-K. d. (2018). Interaktivitas dan kehadiran sosial pada iklan video seluler: Investigasi interaktivitas, kehadiran sosial, dan pengaruhnya terhadap sikap terhadap iklan dan merek seluler. *Jurnal Periklanan Interaktif*, 18(2), 100-113.
- Bae, Y.-K. d. (2018). Interaktivitas dan kehadiran sosial pada iklan video seluler: Investigasi interaktivitas, kehadiran sosial, dan pengaruhnya terhadap sikap

- terhadap iklan dan merek seluler. *Jurnal Periklanan Interaktif*, 18(2), 100-113.
- Bae, Y.-K. d. (2018). Interaktivitas dan kehadiran sosial pada iklan video seluler: Investigasi interaktivitas, kehadiran sosial, dan pengaruhnya terhadap sikap terhadap iklan dan merek seluler. *Jurnal Periklanan Interaktif*, 18(2), 100-113.
- Bazarova, N. C. (2016). Mengapa orang berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain di media sosial: Mengidentifikasi faktor pendorong di balik komunikasi elektronik dari mulut ke mulut. *Cyberpsikologi, Perilaku, dan Jejaring Sosial*, 297-303.
- Bello, D. &. (2017). Perjalanan inovasi: Empat praktik penting untuk memimpin inovasi dalam skala besar. *John Wiley & Sons*.
- Bhattacharya, C. &. (2018). Consumer-company identification, sustainability, and the moral imperative to recycle: A tale of two cultures. *Journal of Public Policy & Marketing*, 37(1), 26-38.
- Bilandzic, H. &. (2021). Peran hiburan dalam komunikasi politik. *Routledge*, 275-292.
- Chang, H. &. (2021). Memahami respons konsumen terhadap dukungan merek fesyen mewah di Instagram. *Jurnal Riset Bisnis*, 131, 338-348.
- Chen, H. &. (2019). Dimensionality Assessment of Educational and Psychological Tests. *Springer*.
- Chen, J. (2016). Memahami dan mengevaluasi pengalaman imersif dalam game komputer. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 15(5), 355-364.
- Chen, M. &. (2022). Memahami loyalitas merek pelanggan: Peran nilai yang dirasakan, kepuasan merek, dan citra merek. *Jurnal Riset Bisnis*, 136, 514-525.
- Chen, Y. &. (2017). Desain media interaktif: Kerangka teoritis. Dalam Buku Pegangan Penelitian Teknologi Kreatif untuk Aplikasi Multidisiplin . *IGI Global*, 225-243.
- Chen, Y. &. (2018). Menyelidiki anteseden dan hasil interaktivitas di halaman merek media sosial. . *Riset Internet*, 28(4), 906-923.
- Chen, Y. &. (2021). Memahami interaktivitas pengguna dan sikap merek dalam periklanan seluler. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 132, 239-250.
- Choi, Y. &. (2019). Pengaruh Karakteristik Desain Visual Instagram terhadap Sikap Merek Fashion: Fokus pada Trend, Daya Tarik Visual, dan Keunikan. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen Mode: Jurnal Internasional*, 23(4), 493-509.
- Cockerell, T. (2017). Menjelajahi dampak realitas virtual pada perilaku manusia. Dalam VR, memahami dan mencipta dalam realitas virtual. *Springer, Cham*, 1-25.
- Cockerell, T. (2017). Menjelajahi dampak realitas virtual pada perilaku manusia. Dalam VR, memahami dan mencipta dalam realitas virtual. *Springer, Cham*, 1-25.
- Creswell, J. W. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Sage publications*.
- de Chernatony, L. (2018). Dari visi merek hingga evaluasi merek: Proses strategis untuk menumbuhkan dan memperkuat merek. . *Routledge*.

- Dellaert, B. (2017). Meningkatkan pemberdayaan pelanggan melalui intervensi arsitektur pilihan. *Jurnal Riset Bisnis*, 289-298.
- Dillman, D. A. (2014). Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method . *John Wiley & Sons*, 4.
- Durrheim, K. &. (2020). The ethics of social research with “hidden populations”: Drawing lessons from studies with migrant and refugee communities. *American Behavioral Scientist*, 64(2), 167–183.
- Edelman, B. (2019). Bisnis hiburan: Bagaimana teknologi mengubah industri. *Forbes*.
- Farhana, N. &. (2020). Dampak reputasi perusahaan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan: Bukti empiris dari sektor perbankan Bangladesh. *Jurnal Manajemen Merek*, 27(1), 54-72.
- Ferdinand, A. (2002). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ferdinand, A. (2006). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen . *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 3.
- Franke, K. &. (2017). Dampak finansial dari umpan balik peringkat pengguna dan iklan pada permintaan barang pengalaman. *Ilmu Pemasaran*, 36(5), 703-719.
- Franke, N. K. (2017). Dampak finansial dari umpan balik peringkat pengguna dan iklan pada permintaan barang pengalaman. *Ilmu Pemasaran*, 36(5), 703-719.
- Franke, N. K. (2017). Dampak finansial dari umpan balik peringkat pengguna dan iklan pada permintaan barang pengalaman. *Ilmu Pemasaran*, 36(5), 703-719.
- Franke, N. K. (2017). Dampak finansial dari umpan balik peringkat pengguna dan iklan pada permintaan barang pengalaman. *Ilmu Pemasaran*, 36(5), 703-719.
- Gao, Q. &. (2019). Pengaruh interaktivitas yang dirasakan pada sikap dan perilaku konsumen: Sebuah meta-analisis. *Jurnal Pemasaran Interaktif*.
- Gao, X. &. (2018). An empirical study of online social networks for open innovation in SMEs. *Technological and Economic Development of Economy*, 139-154.
- Gay, L. R. (2019). Educational research: Competencies for analysis and applications. *Pearson*.
- Grewal, D. &. (2016). Ritel layak diulang: Wawasan utama dari penelitian selama 20 tahun. *Jurnal Ritel*, 92(3), 255-261.
- Hair Jr., J. F. (2019). Multivariate data analysis . *Cengage Learning*, 8.
- Hair, J. F. (2017). Multivariate Data Analysis . *Cengage Learning*, 8.
- Hastina, P. (2017). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (EWOM) Di sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Grannysnest Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*.

- Hennigs, N. W. (2017). The impact of eWOM and gender on the purchase of organic food: An empirical investigation in Germany. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46-55.
- Hennig-Thurau, T. W. (2021). Electronic word-of-mouth: Kerangka konseptual dan agenda penelitian. *Jurnal Pemasaran Interaktif*, 55, 1-17.
- Homburg, C. J. (2017). Customer loyalty: A comprehensive literature review and future research agenda. *Journal of Economic and Social Research*, 19(1), 1-52.
- Hsiao, C. &. (2017). Internet self-efficacy and electronic service acceptance. *Decision Support Systems*, 97, 22-31.
- Hui, S. K. (2021). The Effect of Brand Image on Willingness to Pay Premium Price in the Automobile Industry. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(4), 150-163.
- Jo, M. &. (2019). Dampak citra merek dan kualitas layanan pada loyalitas pelanggan di rantai industri restoran. *Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan*, 82, 239-249.
- Johnson, D. (2017). Evolusi hiburan: bagaimana teknologi mengubah cara kita mengalami dunia. *TechCrunch*.
- Kapferer, J. (2016). Manajemen Merek Strategis Baru: Wawasan Lanjutan dan Pemikiran Strategis . *Kogan*, 5.
- Kaur, H. &. (2017). Impact of entertainment in advertising on brand image. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(10), 31-34.
- Kavaratzis, M. &. (2019). Dinamika merek tempat: Pendekatan berbasis identitas untuk menempatkan teori merek. *Routledge*.
- Kenneth, N. &. (2018). Judging the credibility of sources. . *Journal of Information Science*, 44(5), 631-643.
- Kim, H. &. (2018). Pengaruh pengalaman merek, kepercayaan dan kepuasan dalam membangun loyalitas merek; Sebuah penelitian empiris tentang merek kedai kopi global. *Jurnal penelitian perhotelan dan pariwisata*, 31-48.
- Kim, J. &. (2016). Menjelajahi peran hiburan dalam realitas virtual: Studi tentang nilai pengalaman. *Jurnal Riset Bisnis*, 69(8), 2924-2933.
- Kim, J. &. (2018). Pengaruh tren pada tanggapan konsumen terhadap daya tarik iklan: Studi eksplorasi dalam konteks periklanan seluler. . *Jurnal Riset Periklanan*, 58(3), 256-267.
- Kim, J. L. (2019). Pengaruh interaktivitas perangkat yang dapat dikenakan pada keterlibatan konsumen dan sikap merek. *Komputer dalam Perilaku Manusia*, 97, 287-295.
- Kim, S. &. (2019). Globalization and employee voice: Evidence from multinational firms in Korea. *The International Journal of Human Resource Management*, 910-934.
- Kim, Y. (2017). The effect of brand experience and trendiness on luxury brand consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 21(2), 193-207.
- Kim, Y. J. (2017). The effects of website customization on consumer perceived value and behavioral intentions. *Journal of Electronic Commerce Research*, 18(4), 281-299.

- Kothari, C. R. (2018). Research methodology: Methods and techniques. . *New Age International*.
- Kotler, P. &. (2016). Marketing management. *Pearson*, 15.
- Kumar, P. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Kumar, V. &. (2019). The power of entertainment in brand-building. *Harvard Business Review*, 97(4), 62-69.
- Lee J, L. H. (2019). Pemeriksaan dampak trend pada pengalaman wisatawan dan niat perilaku. *Jurnal Penelitian Perjalanan*, 58(8), 1363-1377.
- Lee, E.-j. d.-N. (2016). Pengaruh interaktivitas yang dirasakan pada kepuasan situs web dan niat perilaku: peran moderasi ideologi politik. *Komputer dalam Perilaku Manusia*, 55, 55-63.
- Lee, J. L. (2019). Pemeriksaan dampak trend pada pengalaman wisatawan dan niat perilaku. *Jurnal Penelitian Perjalanan*, 58(8), 1363-1377.
- Lee, J. L. (2019). Pemeriksaan dampak trend pada pengalaman wisatawan dan niat perilaku. *Jurnal Penelitian Perjalanan*, 58(8), 1363-1377.
- Lee, J. L. (2019). Pemeriksaan dampak trend pada pengalaman wisatawan dan niat perilaku. *Jurnal Penelitian Perjalanan*, 58(8), 1363-1377.
- Lee, K. T. (2022, 4 7). *Upstream: the mobile games streaming and esports digest – April 8 2022*. Retrieved from pocketgamer: <https://www.pocketgamer.biz/feature/78570/upstream-the-mobile-games-streaming-and-esports-digest-april-8-2022/>
- Lee, Y. &. (2017). A study on the influence of trendiness on brand loyalty in the fashion industry. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(4), 646-660.
- Liu, J. &. (2018). Mathematical modeling of ecological systems: A review. *Ecological Modelling*, 23-35.
- Lu, Y. L. (2018). The impact of customization on brand image: evidence from social media data. *Journal of Business Research*, 488-495.
- Ma, C. (2017). Women's college experiences and career choices: An exploration of the influences of gender and sexism. *Journal of College Student Development*, 58(1), 1-17.
- Mahardani, V. A. (2022, 5 11). *Apa Itu Entertainment?* Retrieved from kompasiana: <https://www.kompasiana.com/mahardaniviona/627bc17ebb44861cad0381d2/apa-itu-entertainment>
- Mittal, R. &. (2019). Understanding customer loyalty: A review and future directions. *Journal of Business Research*, 98, 439-447.
- Nazir, S. R. (2021). Impact of trendiness on brand image and purchase intention: Evidence from fashion industry of Pakistan. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 14(1), 42-50.
- Nguyen, T. T. (2018). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior. *Journal of Economics, Business and Management*, 109-113.
- Oh, H. &. (2017). Anteseden dan hasil dari nilai pengalaman dalam pengalaman hotel: Peran moderator dari teman perjalanan. *Jurnal Penelitian Perjalanan*, 18(5), 281-299.

- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-172.
- Pansari, A. &. (2017). Customer loyalty in retailing: Exploring the impact of individual, store, and market-related factors. *Journal of Retailing*, 158-172.
- Park, C. &. (2018). Dampak Electronic Word-of-Mouth terhadap Niat Beli Konsumen: Peran Keahlian Konsumen. . *Jurnal Internasional Administrasi Perhotelan & Pariwisata*, 19(2), 207-224.
- Park, J. K. (2017). The effect of social media on brand equity: Focusing on the hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 367-379.
- Pereira, A. S. (2018). Antecedents and outcomes of consumer engagement with brand pages on social networking sites. *Journal of Interactive Marketing*, 27-41.
- Prabowo, C. (2019, 7 18). *Youtube, Media Hiburan dan Ide Kreatif untuk Masyarakat Indonesia*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/5d30566b097f3650f61a53d2/youtube-media-hiburan-dan-ide-kreatif-masyarakat-indonesia>
- Putri, S. L. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian produk chicken nugget fiesta di kota Padang. *Jurnal Agrica, Padang: Universitas Dharma Andalas (UNIDHA)*, 70.
- Rashid, S. S. (2018). The impact of service quality on customer loyalty: A study of banks in Penang, Malaysia. . *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(6), 1195-1214.
- Raza, S. N. (2017). The impact of customer perceived service quality on customer loyalty: A case study of Pakistan airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 59, 46-52.
- Rien. (2022, 8 11). *Rayakan Ulah ke-5, MPL Indonesia Season 10 Siapkan Trofi Berhias Emas Solid!* Retrieved from ggwp: <https://ggwp.id/media/esports/mobile-legends/rayakan-ultah-ke-5-mpl-indonesia-season-10-siapkan-trofi-berhias-emas-solid>

- Saleem, M. &. (2018). Media sosial dan kata elektronik dari mulut ke mulut tentang niat beli konsumen: Tinjauan literatur. . *Jurnal Studi Pemasaran Internasional*, 10(3), 107-117.
- Sari, W. (2017). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Electronic Service Quality, dan Country Of Origin Terhadap Repurchase Intention Pada Qlapa.com. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah*.
- Schiffman, L. G. (2016). Consumer behavior. *Pearson*, 11.
- Sekaran, U. &. (2019). Research methods for business: A skill-building approach . *Wiley*, 7.
- Semua, A. &. (2020). Pendidikan hiburan di era digital: Prinsip dan tantangan desain untuk pembelajaran yang efektif. *Jurnal Teknologi Pendidikan & Masyarakat*, 23(3), 42-54.
- Semua, A. &. (2020). Pendidikan hiburan di era digital: Prinsip dan tantangan desain untuk pembelajaran yang efektif. *Jurnal Teknologi Pendidikan & Masyarakat*, 23(3), 42-54.
- Sendari, A. A. (2021, 11 8). *Interaksi adalah Saling Bertindak, Kenali Pengertian di Tiap Bidang*. Retrieved from liputan6: <https://www.liputan6.com/hot/read/4705026/interaksi-adalah-saling-bertindak-kenali-pengertian-di-tiap-bidang>
- Seo, E.-J. &.-W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. . *Journal of Air Transport Management*, 36-41.
- Sharifian, F. &. (2018). Hiburan sebagai pendorong globalisasi budaya. . *Jurnal Internasional Bahasa dan Budaya*, 5(2), 129-142.
- Shin, J. &. (2020). Interaktivitas, relevansi, dan partisipasi pengguna dalam iklan YouTube. *Jurnal Periklanan Internasional*, 39(1), 135-152.
- Su, M. &. (2018). Peran keaslian dan tren yang dirasakan pada niat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. . *Isu Terkini dalam Pariwisata*, 21(1), 82-98.
- T, C. (2017). Menjelajahi dampak realitas virtual pada perilaku manusia. Dalam VR, memahami dan mencipta dalam realitas virtual . *Springer, Cham*, hlm. 1-25.
- Tesis, S. (2018, 11 29). *Gambaran dari Electronic Word-of-mouth*. Retrieved from idtesis: <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-electronic-word-of-mouth-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-electronic-word-of-mouth/>
- Tran, T. T. (2020). Investigating the relationship between website interactivity and brand image: A case study of Vietnamese online businesses. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(10), 905-914.
- Utami, F. A. (2022, 2 14). *Apa Itu Brand Image?* Retrieved from wartaekonomi: <https://wartaekonomi.co.id/read392933/apa-itu-brand-image#:~:text=Brand%20image%20atau%20citra%20merek,tidak%20lain%20adalah%20karakter%20organisasi>
- Venkatesh, V. &. (2018). Penerimaan konsumen dan penggunaan teknologi informasi: Memperluas teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu. . *MIS triwulanan*, 36(1), 157-178.

- Verhoef, P. K. (2015). Dari multi-channel retailing ke omni-channel retailing: Pengantar edisi khusus tentang multi-channel retailing. *Jurnal Ritel*, 91(2), 174-181.
- Verhoef, P. K. (2015). Dari multi-channel retailing ke omni-channel retailing: Pengantar edisi khusus tentang multi-channel retailing. . *Jurnal Ritel*, 91(2), 174-181.
- Verhoef, P. K. (2015). Dari multi-channel retailing ke omni-channel retailing: Pengantar edisi khusus tentang multi-channel retailing. . *Jurnal Ritel*, 91(2), 174-181.
- Verhoef, P. K. (2018). Dari multi-channel retailing ke omni-channel retailing: Pengantar edisi khusus tentang multi-channel retailing. *Jurnal Ritel*, 91(2) , 174-181.
- Verhoef, P. R. (2017). Customer engagement as a new perspective in customer management. *Journal of Service Research*, 20(1), 3-6.
- Verleye, K. G. (2019). Kata elektronik dari mulut ke mulut di media sosial: Tinjauan platform, pengguna, dan arah penelitian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 35(1-2), 28-58.
- Wang, D. &. (2019). How social commerce constructs affect customer loyalty in China: The moderating effect of switching costs. *Journal of Business Research*, 98, 198-207.
- Wang, X. L. (2019). Pengaruh interaktivitas terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja online: model mediasi yang dimoderasi. *Jurnal Riset Bisnis*, 98, 171-182.
- Wang, Y. &. (2020). The role of brand image in online customer loyalty: A meta-analysis. *Information & Management*, 57.
- Wirtz, J. &. (2017). Menghubungkan desain layanan dengan pengalaman pelanggan. *Jurnal Desain Internasional*, 11(1), 43-53.
- Xiang, L. D. (2020). Betapa pentingnya tren untuk perluasan merek mewah: peran koneksi merek sendiri dan aliansi merek. *Jurnal Riset Bisnis*, 118, 404-413.
- Yang, S. U. (2017). The effect of electronic word-of-mouth message appeal and message source credibility on brand attitude: Focusing on social commerce users. *Journal of Business Research*, 75, 1-8.
- Yoo, B. &. (2018). Sebuah studi tentang anteseden dan konsekuensi kustomisasi online: Berfokus pada industri pakaian olahraga. *Keberlanjutan*, 10.
- Yoo, S. &. (2020). Sebuah studi tentang dampak toko pop-up terhadap loyalitas pelanggan: Berfokus pada tren konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen Mode: Jurnal Internasional*, 24(1), 53-68.
- Yoon, E. &. (2015). The antecedents and consequences of customer loyalty: A meta-analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, 57-69.
- Yun, J. &. (2018). Understanding the impact of social media on relationship marketing. . *Journal of Marketing Management*, 34(1-2), 175-196.
- Zhang, Y. &. (2018). Dampak keunggulan merek, norma sosial, dan referensi diri pada niat beli konsumen: Perbandingan lintas budaya. . *Jurnal Riset Bisnis*, 82, 24-35.

- Zhou, L. &. (2018). Kustomisasi dan perilaku konsumen: Tinjauan literatur dan implikasinya terhadap psikologi konsumen. . *Jurnal Psikologi Konsumen*, 28(2), 218-241.
- Zhou, Q. D. (2020). The Effect of Brand Image on Willingness to Pay Premium Price in the Automotive Industry: The Mediating Role of Brand Loyalty. *Frontiers in Psychology*, 11, 1096.

