

- Aini, I. N. K. et al. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263–276. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2107>.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219–231. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/652>.
- Chalil, R. D. et al. (2020). *Brand Islamic Branding & ReBranding “Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global*. PT Rajagrafindo Persada.
- Coaker, W. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. Independent Publisher.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa : Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Duta Media Publishing.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategi)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firman, A. et al. (2021). The Mediating Role of Customer Trust on the Relationships of Celebrity Endorsement and E-WOM to Instagram Purchase Intention. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 107. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds/article/view/20594>.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gogoi, J., & Shillong, I. (2021). Customer trust influencing customer perceived value and brand loyalty. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(5), 1–11. <https://www.abacademies.org/articles/customer-trust-influencingcustomer-perceived-value-and-brand-loyalty-11894.html>.
- Handayani, U. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek di Kota Batam. *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*. Universitas Putra Batam

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Unitomo Press.

Istiqomah, L., & Usman. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 76–88. <https://researchhub.id/index.php/jaem/article/view/163/95>.

Kasmad, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 4(2), 590–600. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Jaras/article/view/43465>.

Kotler, P. (2020). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Kotler, P. et al. (2022). *Marketing Management, 16th edition*. Pearson Education Limited.

Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Penerbit Bintang Sembilan Visitama.

Kurtz, D. L. (2020). *Contemporary Marketing*. South-Western Cengage Learning.

Monica, S. W. et al. (2020). The Influence of Brand Images, Social Media Marketing, Prices and Reference Groups Towards Buying Decision In Swiwings Narotama Outlet Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(3), 230–236. <https://qemsjournal.org/index.php/qems/article/view/86>.

Nunan, D. et al. (2020). *Marketing Research Applied Insight*. Pearson Education Limited.

Nurhanah, D. et al. (2019). Pengaruh Customer Trust dan Customer Perceived terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi pada Toko Rabbani Tasikmalaya). *Business Managament and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 189–200. <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/2303>.

Munfaqiroh, S. et al. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(2), 292-300. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/765>.

- Munwaroh, U. L. & Riptiono S. (2021). Analisis Pengaruh *Cafe Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada *Customer Malindo Corner*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(5), 1030-1046.
- Parahita, D. W. & Raharjo, S. T. (2024) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Minat Penggunaan Ulang Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Grab Bike Di Kota Semarang (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 13 (1), 1-12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/44080>.
- Perreault, W. D. et al. (2021). *Essentials Of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. McGraw-Hill Education.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Aflabeta.
- Propheto, A. et al. (2020). Marketing performance as implication of brand image mediated by trust. *Management Science Letters*, 741–746.
- Purba, E. et al. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Cetakan 1). Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Purwanto, N. et al. (2022). *Theory of Planned Behaviour Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace (1 ed.)*. Literasi Nusantara Abadi.
- Putri, S. W. D. G., & Nilowardono, S. (2021). The Influence of Brand Image, Service Quality, and Social Media Marketing on Purchase Decision at Restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251–260. <https://qemsjournal.org/index.php/qems/article/view/322>.
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10, 1–18. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4790>
- Rahmawati, N. et al. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109–119.

<https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/684>.

Riyanto, S. & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Penerbit Deepublish.

Robinnete et al. (2020). *Emoticon Marketing*. McGraw Hill.

Sapitri, E. et al. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240.
<https://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/150>

Setyaningsih, N. W. et al. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Paket Wisata Sepeda Di Desa Penglipuran. *Jurnal IPTA*, 8(1), 119.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/52242/35628>.

Strydom, J. (2020). *Introduction to Marketing*. Juta and Co Ltd.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Aflabeta.

Tendatio, J. et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pengguna ShopeeFood. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 19–32.
<https://ejurnal.mikroskil.ac.id/index.php/jwem/article/view/947>.

Wiyata, M. T. et al. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala*, 3(1), 11-21.
<https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/36>.

Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214.
<https://ijaems.com/detail/the-effects-of-the-online-customer-experienceon-customer-loyalty-in-e-retailers/>

APPENDIX A : RESEARCH QUESTIONNAIRE