

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Fernadi Hutomo, and Prof. Dr. Hatane Samuel. “Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 3, no. 1 (2015): 1–10.
- Ajzen, Icek, and Martin Fishbein. “Attitude Behavior Relations : A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research.” *Psychological Bulletin* 84, no. 5 (1977): 888–918.
- Albari, Albari. “Mengenai Perilaku Konsumen Melalui Penelitian Motivasi.” *Jurnal Siasat Bisnis* 1, no. 7 (2002): 65–79. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol1.iss7.art4>.
- Alimbudiono, and Sandra Ria. *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2019.
- Andriani, Meta, and Frisca Dwibunga. “Faktor Pembentuk Brand Loyalty : Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust Dan Brand Image (Telaah Pada Merek H&m Di Kota Dki Jakarta).” *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 2 (2018): 157. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.4285>.
- Argyriou, Evmorfia, and T. C. Melewar. “Consumer Attitudes Revisited: A Review of Attitude Theory in Marketing Research.” *International Journal of Management Reviews* 13, no. 4 (2011): 431–51. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00299.x>.
- Azizah, Binti. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Bank Syariah Di Kota Malang,” 2017.
- Azuar Juliandi, Irfan, Saprinah Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi*. Edited by Fahrizal Zulkarnain. UMSU PRESS, 2014.
- Birusman, Muhammad. “Harga Dalam Perspektif Islam.” *Mazahib* 4, no. 1 (2017): 86–99.
- Budiyanto, Arief. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di PT. Yerry Primatama Hosindo.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1, no. 3 (2018): 71–80.
- Cahya, Yan, Permana Putra, Advisor : Dian, and Ari Nugroho. “The Influence Of Personal Attitude, Subjective Norm And Perceived Behavioral Control On Enterpreneurial Intention (A Study on Students of Management Department, Faculty of Economic and Business, Brawijaya University),” 2018.

- Chalimi, Ach Nur Fuad. *Aplikom Statistik Berbasis SPSS*. Kediri: Lembaga Chakra Brahmana Lentera, 2021.
- Dewi, Putu Sundari Aprelia, and Ni Wayan Sri Suprpti. “Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo).” *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2018, 87. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p01>.
- Dr.(Cand). Aditya Wahdana, S.E., M.M., M.Si dkk. “Perilaku Konsumen (Teori Dan Implementasi).” In *Chapter*, 7. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Dr. Juliansyah Noor, . M.M. *Manajemen Strategi Konsep Dan Model Bisnis*. Banten: La Tansa Mashiro, 2020.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M. *Perilaku Konsumen(Prespektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen)*. Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Ebrahim, Reham, Ahmad Ghoneim, Zahir Irani, and Ying Fan. “A Brand Preference and Repurchase Intention Model: The Role of Consumer Experience.” *Journal of Marketing Management* 32, no. 13–14 (2016): 1230–59. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1150322>.
- Et.al, Syahrir. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020.
- Experience, Keywords- Brand, and Harley Davidson. “Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Yohanes Surya Kusuma Program Manajemen Pemasaran , Universitas Kristen Petra Jl . Siwalankerto 121-131 , Surabaya.” *Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2014): 1–11.
- Fatimah, Syarifah, Oggy Maulidya, Perdana Putri, Pascasarjana Ekonomi, Syariah Universitas, Islam Negeri, Maulana Malik, and Ibrahim Malang. “Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.
- Gulo, W. *Metode Penelitian*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- Gultom, Dedek Kurniawan, and Lidya Pratiwi Hasibuan. “Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone.” *SiNTESa* 2021 (2021): 1.
- Handayani, SB., and Ida Martini. “Model Pemasaran Di Era New Wave

- Marketing.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. 36 (2014): 1–12.
- Hardisman. *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021.
- Hartono, Jogyanto. *Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018.
- Hendryad, Suryani and. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group, 2016.
- Hepola, Janne, Heikki Karjaluto, and Anni Hintikka. “The Effect of Sensory Brand Experience and Involvement on Brand Equity Directly and Indirectly through Consumer Brand Engagement.” *Journal of Product and Brand Management* 26, no. 3 (2017): 282–93. <https://doi.org/10.1108/JPBM-10-2016-1348>.
- Hokky, Liowina Adlin, and Innocentius Bernarto. “The Role of Brand Trust and Brand Image on Brand Loyalty on Apple Iphone Smartphone Users in DKI Jakarta.” *Enrichment: Journal of Management* 12, no. 1 (2020): 474–82.
- Huaman-Ramirez, Richard, and Dwight Merunka. “Brand Experience Effects on Brand Attachment: The Role of Brand Trust, Age, and Income.” *European Business Review* 31, no. 5 (2019): 610–45. <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2017-0039>.
- Ibadi, I khusni, and F Indriani. “Analisis Pengaruh Brand Evaluation, Brand Trust, Dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Relationship.” *Diponegoro Journal of Management* 19, no. 1 (2017): 1–14.
- Iglesias, Oriol, Jatinder J. Singh, and Joan M. Batista-Foguet. “The Role of Brand Experience and Affective Commitment in Determining Brand Loyalty.” *Journal of Brand Management* 18, no. 8 (2011): 570–82. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.58>.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah, and Akhmad Suharto. “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember.” *Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 2, no. 1 (2016): 1–15.
- Irona, Vitra Della, Marissa Triyani, Mahasiswa Fakultas, and Magister Management. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Smm) Corresponding Author: Vitra Della Irona.” *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no. 1 (2022): 174–85.
- Irwanto, Agus, Fatchur Rohman, and Noermijti. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan

- Pelanggan, Dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word-of-Mouth Di Perumahan Madani Group Jabodetabek.” *Jurnal Aplikasi Manajemen* 11, no. 1 (2013): 85–94.
- Ishak, F., Ghani, N. H. “A Review of the Literature on Brand Loyalty and Customer Loyalty.” *Conference on Business Management Research 2013*, 2010, 186–98.
- Isnaini, Nur. “Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 127–44.
- Ja’far, Suhermanto. “Struktur Kepribadian Manusia Perspektif Psikologi Dan Filsafat.” *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi* 2, no. 2 (2016): 209–21. <https://doi.org/10.15575/psy.v2i2.461>.
- Karunia. “Brand Awareness Dan Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty.” *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 23, no. 3 (2023): 606–24.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Kurniawan, Hironimus Hari. “Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 2 (2017): 228–39. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1703>.
- Kusuma, Yohanes Surya. “Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Yohanes Surya Kusuma.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 1–11.
- Liyono, Arie. “Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (2022): 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>.
- Lu, Tsung Yueh, Shu Li Wang, Mei Fang Wu, and Feng Tsung Cheng. “Competitive Price Strategy with Activity-Based Costing - Case Study of Bicycle Part Company.” *Procedia CIRP* 63 (2017): 14–20. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.03.102>.
- Manumono, Danang, and Listiyani. “Kajian Perkembangan Teh Di Indonesia.” *AGRIFITIA : Journal of Agribusiness Plantation* 2, no. 2 (2023): 133–46. <https://doi.org/10.55180/aft.v2i2.281>.
- Mataram, Grapari, Jurusan Administrasi, Bisnis Universitas, and Muhammadiyah Mataram. “Loyalitas Merek (Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel Di Kantor PT .,” no. 2003 (2008): 29–42.
- Mawardi, and Imi Martalia Giti. “Analisis Pengaruh Harga Dan Brand

- Trust Terhadap Brand Loyalty Kosmetik Wardah.” *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia* 20, no. 2 (2020): 35–45. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i2.804>.
- Miharni Tjokrosaputro, Ignatius Aditya Dan. “Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Kompas Digital.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4, no. 1 (2020): 60. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6801>.
- Mirawati, Ni Made, I Made Wardana, and I Putu Gde Sukaatmadja. “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Keperilakuan, Terhadap Niat Siswa SMK Di Kota Denpasar Untuk Menjadi Wirausaha.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 7, no. 5 (2016): 1981–2010.
- Mubarokah, Siti, and Maria Rio Rita. “Anteseden Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi.” *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 2 (2020): 211–20. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.24139>.
- Muhayatsyah, Ali. “Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali Islamic Business Ethics In Al-Ghazali’s Perspective.” *Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2, no. 2 (2020): 84–104.
- Mumuh, Mulyana. “Strategi Penetapan Harga,” no. June (2019). <https://doi.org/10.31227/osf.io/tb2zd>.
- Nisak, Zuhrotun. “Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif.” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2004, 1–8.
- Nst, Venny Fraya Harn, Azhari Akmal Tarigan, and Yenni Samri Julia Nasuon. “Surat Al Furqon Verse 67 Prinsip Equilibrium Perilaku Berkonsumsi Dalam Perspektif Al Qur ’ an Surat Al Furqon” 4, no. 6 (2024): 10024–34.
- Nurfauzi, Yogi, Habel Taime, Hafidz Hanafiah, Muhammad Yusuf, Muhammad Asir, Stkip Majenang, Stie Jambatan Bulan, Universitas Bina Bangsa, Stia Bandung, and I Makassar. “Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 1 (2023): 183–88.
- Pada, Makita, P D Maha, Jaya Teknik, and D I Pontianak. “Bisma, Vol 6. No 9, Januari 2022 Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Merek Makita Pada Pd Maha Jaya Teknik Di PontianaK”

- 6, no. 9 (2022): 2081–92.
- Pandean, Angelita Vincentia, and Herlina Budiono. “Brand Image Dan Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Loyalty Mcdonald’s Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2021): 156. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11300>.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and Yugi Dwi Atmogo. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 471–84. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>.
- Panjaitan, Andrey Olaf Yeriko, Rofiaty, and Sudjatno. “Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Kuliner Khas Kota Malang).” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 2 (2019): 1–21.
- Permatasari, Berlintina, and Sinta Maryana. “Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia Di Bandar Lampung).” *Technobiz : International Journal of Business* 4, no. 2 (2021): 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Prabowo, Agus Joko, and Titik Desi Harsoyo. “Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia.” *Citaconomia : Economic and Business Studies* 2, no. 2 (2023): 60–80.
- Pramiyati, Titin, Jayanta Jayanta, and Yulnelly Yulnelly. “Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil).” *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer* 8, no. 2 (2017): 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>.
- Prawira, A.A Ngr Dicky Natha, and Putu Yudi Setiawan. “Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pelanggan Sepatu Merek” 10, no. 12 (2021): 1305–24.
- Prawira, Anak Agung Ngurah Dicky Natha, and Putu Yudi Setiawan. “Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10, no. 12 (2021): 1305. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i12.p03>.
- Purwianti, Lily, Nia Rusiana, and Renza Fahlevi. “Pengaruh Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Dengan Mediasi Brand

- Preference, Brand Trust, Dan Brand Love Pada Generasi Z Dikota Batam.” *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* 13, no. 3 (2023): 228–41. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i3.3259>.
- Putra, I Komang Trisna Eka, I Putu Gde Sukaatmadja, and Ni Nyoman Kerti Yasa. “Perilaku Konsumen Mengkonsumsi Beras Organik Dikota Denpasar Berdasar Theory of Planned Behavior.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5 (8) (2016): 2609–38.
- Putra, Thomas Wilson, and Keni Keni. “Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2020): 184. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7759>.
- Putri, Adriana Lantika, and Augusty Tae Ferdinand. “Analisis Pengaruh Citra Toko Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko H.A Laury Di Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 3 (2016): 1–13.
- Putri, Siska Lusya, and Mutiara Putri Deniza. “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang.” *Jurnal Agrica* 11, no. 2 (2018): 70–78.
- Ramayanti1, Ispantari, and Hayanuddin Safri. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Memilih Berbelanja Di Home Smartler, 2007)” 3, no. 1 (2016).
- Rangkuti, Freddy. *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Rozaana, Afifah, and Ina Ratnasari. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Es Krim Aice Di Kabupaten Karawang.” *Manajemen Dewantara* 7, no. 1 (2022): 6–14. <https://doi.org/10.26460/md.v7i1.13465>.
- Saputra, Mohammad Kelvin Virdie, Anton Agus Setyawan, and Soepatini. “Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Dalam Membangun Loyalitas Merek Implora Kosmetik Di Kabupaten Sragen.” *MASTER: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS TERAPAN Junu* 3, no. 1 (2023): 12–24.
- Saputra, Suyono. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Ponsel Pintar Di Batam.” *Jurnal Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 2 (2023): 1956–61.
- Semuel, Hatane, and Reynaldi Susanto Putra. “Brand Experience , Brand

- Commitment , Dan Brand.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12, no. 2 (2018): 69–76. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.69>.
- Shabastian, Mariza, and Hatane Samuel. “Pengaruh Strategi Harga Dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty Di Tator Café Surabaya Town Square.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 1 (2013): 1–9.
- Shelviana, Mira, Marjam Desma Rahadhini, and Edi Wibowo. “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 19, no. 1 (2020): 42–53. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>.
- Sinurat, Elinawati Susi Mentari, Bode Lumanauw, and Ferdy Roring. “Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5, no. 2 (2017): 2230–39.
- Stepania, Brigita. “Analisis Harga Kompetitif, Kreativitas Strategi Pemasaran Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kerajinan Tangan Dikota Pontianak.” *Bisma* 7, no. 3 (2022): 615–27.
- Sudarmanto, Eko. *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Edited by Janner Sim. Pertama (Yayasan Kita Menulis), 2022.
- Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2022.
- Sugiyono. *Metode Kajian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Serta R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALfabeta, 2018.
- Suntoro, Wiharto, and Yunita Budi Rahayu Silintowe. “Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 32, no. 1 (2020): 25–41.
- Sunyoto, Danang, and Yanuar Saksono. “Perilaku Konsumen.” *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 2022, 212.
- Suwanto. “Pengaruh Brand Experience Dan Brand Trust Terhadap Brand Satisfaction Konsumen Pada Pt.Global Indoraya Lestari,” 2014, 1–17.
- Swarjana, I Ketut. *Populasi Sampel Teknik Sampling Dan Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.

- Utama, Septia Sakinah Rizki, and Zuhrinal M. Nawawi. “Membuka Usaha Minuman Kekinian (Thai Tea) Untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Yang Mengalami Pembelajaran Daring.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 1 (2022): 1541–46.
- Utari, Debbi Yanti, Elimawaty Rombe, and Ponirin Ponirin. “Pengaruh Pengalaman Merek Dan Citra Merek Menggunakan Lipstik Purbasari Di Kota Palu.” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 4, no. 3 (2020): 229–34. <https://doi.org/10.22487/jimut.v4i3.125>.
- Wahyuni, Tutik, and Amanatuz Zuhriyah. “Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pudak Di Toko Sari Kelapa.” *Agriscience* 1, no. 1 (2020): 232–43. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>.
- Wakhidah, Esti Nur, Yan Ayu Permatasari, and Diah Pramesti. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Batik Arum Madani Surakarta).” *Jurnal Fkip* 10, no. 1 (2022): 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>.
- Yuniasanti, Reny, and Wanda Asri Nurwahyuni. “Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z.” *Psychopolytan : Jurnal Psikologi* 6, no. 2 (2023): 60–69. <https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>.