

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2015. *Aaker on Branding*, terjemahan. Eta Sitepoe. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2)
- Aliska, V.T. (2019). PENGARUH MEREK, NEGARA ASAL (COUNTRY OF ORIGIN) DAN REPUTASI MEREK TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK KOSMETIK KOREA INNISFREE. 1-22
- ANUGRAH UTAMA, R. A. K. A. (2019). *PERAN LOCAL STRONGMAN PADA KONTESTASI POLITIK (Studi Terhadap Kemenangan Agus Sudrajat Pada Pilkades Desa Sinagar, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi)..
- Arikunto, S. 1992. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Bina Aksara
- Ariyanti, A. (2016). Pengaruh Brand Predictability, Brand Liking, Brand Competence, Brand Reputation, dan Trust In The Company Terhadap Brand Loyalty (Issue 2)
- Aulia, S. A. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI OFFICIAL HOST MEDIA SOSIAL UP-LIVE.”. *Repository Universitas Garut*.
- Basrori, Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineke Cipta
- Bastiar, Z. (2010). Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajerial*, 9(1), 54-65.
- Behboudi, L., & Khodadad Hosseini, S. H. (2017). Brand trust and image: effects on customer satisfaction. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 7(4), 1–40
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Chang, S. W., & Fan, S. H. (2017). Cultivating the brand-customer relationship in Facebook fan pages: A study of fast-fashion industry. *International*

- Journal of Retail and Distribution Management, 45(3), 253–270.
<https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2016-0076>
- Chang, W. J. (2021). Experiential marketing, brand image and brand loyalty: a case study of Starbucks. *British Food Journal*, 123(1), 209–223
- Dalpiana, D., Patimah, S., & Habe, H. (2023, July). Pengaruh Efektifitas Kerja dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulang Bawang). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, No. 1, pp. 1-6).
- Farida, N., Ratnawuri, T., & Puri, L. M. (2021). Pelatihan berwirausaha melalui digital marketing. *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1-9
- Freddy Rangkuty. 2002. *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Perluasan Merek*. Penerbit Gramedia, Jakarta
- Gelder, S.V. 2005. *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page
- George A stainer, John A B Miner. 1988. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-14.
- Hartanti, P. (2022). Pengaruh Brand Trust dan Promosi Penjualan terhadap Niat Beli Ulang pada Marketplace Tokopedia/Prisca Hartanti/21180083/Pembimbing: Rita Eka Setianingsih.
- Hendro, 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Representamen*, 7 (02).
- Iqbal, M. A. D., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Customer Loyalty of Honda Vario Motorcycle Products at The Honda Margo Mulyo Megah Dealership, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 207-219

- Kartamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kertajaya. Hermawan. 2002. *Hermawan Kertajaya On Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Khoza, K., & Harjati, L. (2012). Analisis Brand Trust dan Brand Royalty Konsumen Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah Widya*, 218667.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kusuny, I. K. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital, Kesadaran Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee/Indri Kurniawan Kusuny/23170337/Dosen Pembimbing: Tony Sitinjak.
- Lexy J. Moelang. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Lin, Nan-Hong dan Bih-Syah Lin. 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Managements Studies*, 121-132. Oentoro, Deliyanti.
2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2017). Strategi public relations dalam pemulihan citra perusahaan (studi kasus rumah makan kawan baru megamas manado). *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jico Agung Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(02), 194-207.
- Martiwi, R., Ryad, A., & Karlina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 28-38.

- Marvelyn, C. (2020s). Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Yamaha Motor/Cecilia Marvelyn/23160135/Pembimbing: Dergibson Siagian.
- Musay, F. P. (2013). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen kfc kawi malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Paramitasari, M. F. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga*
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Rambu, W. A., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Pemasaran dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan PT Tigaraksa Satria Tbk Kota Manado. *Productivity*, 3(2), 96-101.
- Rohmah, N. N. M. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global covid 19 (kajian analisis teori uses and gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-16.
- Ruslan, Rosadi. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58.
- shony Azar, M. A., & Efendi, A. (2020). PENGARUH KECEPATAN LAYANAN DAN KERAMAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIRUMAH KOPI LAMONGAN. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2), 136-148.

- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Buku Seru
- Sutisna dan Pwitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT.Remaja Rosdakarya
- Swasty, Wirania. 2016. *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6(1), 65-78.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Branding Dan Brand Longevity di Indonesia*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husain.2004. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Wasesa, Silih Agung. 2011. *Political Branding dan Public Relations*.Jakarta: Gramedia Pustaka Pratama.