

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Adnan, Yunus, M., Adam, M., & Hafasnuddin. (2019). The Effect of Product Quality, Brand Image, Price, and Advertising on Purchase Decision and its Impact on Customer Loyalty of Morinaga Milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(4), 234–249.
- Andjarwati, A. L., & Chusniartiningsih, E. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 189. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.6736>
- ardiansyah, rendra, & Wibowo, tony susilo. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Indomilk Di Kecamatan Wonokromo Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 338–346. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3002>
- Asnita. (2017). *Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Sinar Baru Yamaha di Kota Makassar*.
- Atiyah, L. (2016). Product's quality and its impact on customer satisfaction: a field study in Diwanayah dairy factory. *Proceeding of the 10th International Management Conference: Challenges of Modern Management, November 3*, 57–65.
- Balqis, A. (2017). *Analisis Positioning Mie Instan (Indomie, Abc Dan Mie Sedaap) Di Indralaya Utara*. Retrieved from <https://repository.unsri.ac.id/19402/>
- Bianchi, C., Drennan, J., & Proud, B. (2014). Antecedents of consumer brand loyalty in the Australian wine industry. *Journal of Wine Research*, 25(November 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/09571264.2014.888650>
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyani, P. D., Susanto, & Nurullaila. (2019). The Effect of Brand Image, Product Quality and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty (Case Study of Bu Widodo'S Guddeg Restaurant in Wijilan). *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAAR)*, 1(3), 105–112.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan*. 8(11), 6762–6781.
- Deccasari, D. D., & Amin, A. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. 14(1).
- Delima, A., Ashary, H., & Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product

- Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affection on Consumer Loyalty (Online Shope). *Journal Economics*, 1–15.
- Devi, lenggang kurnia intan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada marketplace Shopee. *Skripsi*, 1–114.
- Dhameria, V. (2014). *Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk , Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. XIII(1)*, 1–44.
- Efrizal, W. (2020). Perilaku Konsumsi Mie Instan Pada Remaja di Bangka Belitung. *Citra Delima : Jurnal Ilmiah STIKES Citra Delima Bangka Belitung*, 4(2), 21–27. <https://doi.org/10.33862/citradelima.v4i2.119>
- Emawati, L. (2018). *Pengaruh Selera Konsumen Dan Lingkungan Sosial Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konveksi “Jini Collection”)*. 15–55. Retrieved from <http://eprints.stainkudus.ac.id/id/eprint/2270>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Fergian, R., & Amarul. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(2), 104. Retrieved from <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/312>
- Frank, R. H. (2015). *Microeconomics and Behavior (9th ed.)*. USA: McGraw-Hill Education.
- Fuadiyah, S. (2018). Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Teh Pucuk Harum. *Simki-Economic*, 2(1), 1–11.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harahap, nur zannah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. *Manajemen*.

- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 21(36), 1–15. Retrieved from <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php>
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, (September), 2–3. Retrieved from <https://www.academia.edu>
- Husna, A., & Budi Suryana. (2017). *Metode Penelitian dan Statistik*. Jakarta Selatan: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Iffathurjannah, M. I., & Harti. (2021). Influence of food safety , price and taste on purchase decisions. *Jurnal Akuntabel*, 18(2), 235–246.
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2018). the Effect of Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Applied Management*, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>
- Khoirunnisa, A. (2018). Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Produk Mie Instan Impor Samyang dan Mie Instan Lokal Indomie. In *Universitas Brawijaya*. Retrieved from http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed., Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva buku.

- Larasati, C. Y. (2013). *Pengaruh Preferensi dan Harga terhadap Sikap dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Rasa Cabe Ijo di Semarang*.
- Latmawati, Hia, Y. D., & Verawati, R. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Selera Konsumen terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau di Kejorongan 3 Pangian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Toko Tuan Muda)*. 4, 1–9.
- Lestari, D. (2018). Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Online Shopping Produk Fashion. *Fakultas Ekonomi Bisnis*.
- Listyani, F. (2021). *Pengaruh Selera, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung*. 30–98. Retrieved from <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/22337>
- Magfira, N., & Ismunandar. (2020). Pengaruh Media Iklan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Teh Botol Sosro (Studi Kasus: Konsumen Kota Bima). *Journal of Business and ...*, 1(2), 145–149.
- Manambe, H., Lopian, S., & Soegoto, A. (2019). *Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado) Product Quality, Price and Servicescape Influence on Purchasing Decisions (Study At Rosita Manado Restaurant)*. 7(4), 5456–5465.
- Merinda, T., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7). Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/190021-ID-pengaruh-harga-dan-citra-merek-terhadap.pdf>
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). The Impact of Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Intention of Smartphone. *International Journal of Research Culture Society*, 3(1). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3642536>
- Ningsih, T. W., & Supriyatno. (2017). Hubungan Pengetahuan dan Frekuensi Konsumsi Makanan Beresiko (Mie Instan) dengan Kejadian Gastritis di Kelurahan Kampung Baqa Wilayah Kerja Puskesmas Kampung Baqa Samarinda Seberang. *Publication Manuscript*.
- Noviandari, I. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Shampoo Sunslik di Wilayah Gadel Tandes Surabaya*. 53–59.
- Pradipta, dyah ayu anisha. (2012). *Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (PERSERO) Enduro 4T di Makassar*. 5(1), 15–24.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). *Analisis Pengaruh Iklan , Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru*. 30(1), 20–28.

- Putra, indra eka. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Mie Sedaap (Studi Kasus di Wilayah Balaraja, Tangerang). *Manajemen*. Retrieved from <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php>
- Putra, J. N. (2017). *Sikap Dan Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Raket Bulutangkis Di Surabaya*.
- Putri, A. N. (2017). *Preferensi Konsumen terhadap Daging Sapi di Pasar Tradisional Kota Padang (Studi Kasus "Pasar Raya" Kota Padang)*. 6–62.
- Qodariyah, N., Sulistyani, S., & Darundiati, Y. (2017). Identifikasi Faktor Risiko Gangguan Kesehatan Akibat Konsumsi Mi Instan Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 5(2), 147–179.
- Quintas, C. M. S. D., & Lestari, T. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Rokok Gudang Garam Pada Konsumen Rokok Di Wilayah Penfui. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 24–38. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v6i1.32>
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rahmawati, D., Kusniawati, A., & Kasman. (2020). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Konsumen Samsung Smartphone (Studi Kepada Konsumen Albani Celluler Rajadesa). *Jurnal Unigal*, 2(1), 20–27. Retrieved from <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2392>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasi, C., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedap serta Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan di Perumahan Pekayon Bekasi Selatan. *Manajemen*, 07.
- Rianto, A. W., Fanani, D., & Sunarti. (2014). PENGARUH MEREK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengunjung yang Membeli dan Mendapatkan Diskon Musiman terhadap Produk Inspired27 Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 14(1), 84313.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel. *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 3(1), 1–7.
- Rukhviyanti, N., Dioputra, S., Barlian, ujang cepi, & Furqon, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan Indomie pada Alfamart Cabang Putat. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 13(2), 96–110.

- Saebani, B. A. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Safwati, F. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi dengan Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Kota Medan. *Manajemen Pemasaran*.
- Sangadji, etta mamang, & Sophiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Santoso, J. B. (2019). *Pengaruh Kualitas Peoduk , Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Geprek Benu Rawamangu)*. 16(01), 127–146.
- Saputri, linda ayu. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Mie Instan Indomie di Kabupaten Sukoharjo. *Management*. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/94550>
- Saputri, R. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septayuda, I. (2017). *Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi-4X*. (3), 127–136.
- Sinaga, K., & Novianti, R. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 01(01), 1–11.
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Sitomorang, S. H. (2018). *Analisa Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (4th ed.). Medan: Usu Press.
- Siyoto, S., & Ali Sodiq. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Somantri, Y. B., & Atmadjaja, L. M. (2019). Analisis Kualitas Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Konsumen Mi Instan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 115–126. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1621>
- Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2019). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong*. 11–25.

<https://doi.org/10.31219/osf.io/r5268>

- Suantara, I. G. P. E., Artana, M., & Suwena, K. R. (2014). *Pengaruh Selera dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Honda di Kabupaten Buleleng*. 4(2), 1–10.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. R. A. (2019). Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90–97. Retrieved from <http://www.econjournals.comDOI:https://doi.org/10.32479/irmm.7440>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhairiyah, Kunaifi, A., & Kadir, A. (2021). *Preferensi Masyarakat Pedesaan terhadap Produk Keuangan Syariah*. 1(September), 1–14.
- Sulistiono, A., & Alliah, K. (2015). *Pengaruh Preferensi Konsumen dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Smartphon Samsung Galaxy pada Masyarakat Kota Bogor)*.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Sutarso, putri jannah, & Suyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Maerketplace di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2061–2068.
- Syahadat, M. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe & Eatery Soft Cofee di Luwu Utara. *Universitas Muhammadiyah Palopo*.
- Talopod, R. V., Tampi, J. R. ., & Mukuan, D. D. S. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 1(3), 251–255.
- Tanama, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Denpasar: Universitas udayana.
- Taylor, S. A., Anne, L., Donovan, N., Ishida, C., Taylor, S. A., Anne, L., & Donovan, N. (2014). Consumer Trust and Satisfaction in the Formation of Consumer Loyalty Intentions in Transactional Exchange : The Case of a Mass Discount Retailer. *Journal of Relationship Marketing*, (August), 37–41. <https://doi.org/10.1080/15332667.2014.910076>
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

- Top Brand Award. (2021). Retrieved February 2, 2022, from <https://www.topbrand-award.com/>
- Waskita, A. I., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–20.
- Wibowo, M. A., & Maryati, S. (2016). *Analisis Peluang Pergeseran Penggunaan Jalan Arteri Ke Jalan Tol Studi Kasus : Dampak Pembangunan Jalan Tol Bandar Lampung – Metro*.
- Widayatma, C. P., & Lestari, sri puji. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38.
- Widiana, I., & Sukawati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pasta Gigi Pepsodent PT. Unilever. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 255017.
- Widyaningrum, A. (2020). *Analisis Perceptual Mapping Produk Mie Instan Menggunakan Multidimensional Scaling*.
- World Instant Noodles Association. (2021). Retrieved February 2, 2022, from <https://instantnoodles.org/en/>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Xhema, J., Metim, H., & Groumpos, P. (2018). Switching-Costs , Corporate Corporate and Quality effect on Customer Loyalty : Kosovo Retail Market. *IFAC-PapersOnLine*, 51(30), 287–292. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2018.11.303>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>