

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, N. 2021. *Pengaruh komunikasi merek terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek dengan citra merek sebagai variabel mediasi (Studi pada smartphone Xiaomi)*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Almas, R. Z., Sutikno, & Choiruddin, A. *et al.* 2020. Analisis hubungan spasial antara keberadaan pasar modern (minimarket, supermarket, dan hypermarket) dengan toko kelontong di Surabaya menggunakan model marked Poisson point process. *Jurnal Sains dan Seni ITS*. 9(2), 2337-3520.
- Amalina, A. 2016. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Follower Twitter Mizone @MIZONEID). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 4(3).
- Angkie, N. S., & Tanoto, S. R. 2019. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *Jurnal Agora*. 7(1).
- Anonim. 2023. *Brand Loyalty: Pengertian, Fungsi, dan Cara Meningkatkan*. Ivosight. <https://ivosights.com/read/artikel/brand-loyalty-pengertian-fungsi-dan-cara-meningkatkannya> diakses pada tanggal 23 Februari 2024.
- Anggraeni, R., Layaman, & Djuwita, D. *et al.* 2019. Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(3), 445-455. P-ISSN 2527-7502, E-ISSN 2581-2165.
- Armando Suharto, D. 2022. *Pengaruh social media marketing terhadap brand loyalty melalui brand trust dan brand equity pada penjualan kopi specialty di Kafe Space Coffee Roastery Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Kristen Petra Digital Theses Repository.
- Azzahro, F. 2020. *Pengaruh Social Media Marketing Activities Merek Men's Grooming Terhadap Brand Equity dan Consumer Response*. Thesis. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33244.46721>
- Chandra, Y. U. 2023. *Pemasaran Tradisional & Digital*. Binus Online Learning. <https://sis.binus.ac.id/2023/01/24/pemasaran-tradisional-digital/> diakses pada tanggal 14 Februari 2024.
- Cindy, A. 2021. *Traditional vs Digital Marketing, Mana yang Lebih Baik?* Exabytes. <https://www.exabytes.co.id/blog/traditional-marketing-vs-digital-marketing/> diakses pada tanggal 23 Februari 2024.
- Dani, A., & Susanto, P. 2023. The Effect Of Social Media Marketing (SMM) On Brand Loyalty With Brand Trust And Brand Equity As Mediation. *Marketing Management Studies*. 3(1). 53-64.

- Emeralda, M. V., & Kurniawati. 2022. Analisis Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust dan Brand Equity sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 1269–1273. P-ISSN: 2503-4413, E-ISSN: 2654-5837.
- Fadhil. 2023. *Strategi Pemasaran Hypermart Bersaing Dengan Transmart Untuk Menarik Lebih Banyak Konsumen*. Bithour Production. <https://bithourproduction.com/blog/strategi-pemasaran-hypermart/> diakses pada tanggal 10 Januari 2024.
- Finaka, Andrean W. 2022. *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*. Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi> diakses pada tanggal 15 Februari 2024.
- Firdiansyah, A. 2023. *Memahami Social Media Marketing, dari Pengertian Sampai Strateginya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-social-media-marketing/> diakses pada tanggal 26 Januari 2024.
- Haudi, A., Handayani, W., Musnaini, Suyoto T, Y., Prasetio, T., Pitaloka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. *et al.* 2022. The effect of social media marketing on brand trust, brand equity, and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*. 6. 961–972.
- Idris, M. 2021. *Apa Itu Pemasaran: Definisi, Jenis, Fungsi, dan Contohnya*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2021/10/08/160741926/apa-itu-pemasaran-definisi-jenis-fungsi-dan-contohnya?page=all> diakses pada tanggal 16 Januari 2024.
- Ihfa, R., & Harsanti, T. 2019. *Case Study : Youth Attitudes towards Virginity in Indonesia in 2017. Pengembangan Official Statistics Dalam Mendukung Implementasi SDGs*, 2017, 863–870.
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. 2020. Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*. 43(1).
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. *et al.* 2020. Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran pada UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*. 3(3). 651–659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2799>
- Izza. 2022. *Traditional Marketing atau Digital Marketing? Mana Lebih Efektif?* Bigevo. Diakses dari <https://bigevo.com/blog/detail/traditional-marketing>
- Jati, E. K. 2020. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty. Studi Kasus: Luxury Sports Shoes*. Tesis. Institut Teknologi Sepuluh Nopember

- Kim A. J., & Ko E. 2012. Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*. 65(10). ISSN 0148-2963.
- Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Emina (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*. 10(3), 953-964.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. 2017. Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*. 5(1)
- Nofriyanti, A. R. 2016. *Analisis Pengaruh Brand Trust, Brand Image, dan Perceived Quality terhadap Brand Equity Dimediasi Brand Loyalty (Studi Pengguna Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)*. Tesis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Nur Jannah, A. 2023. *8 Swalayan Murah dan Paling Lengkap di Surabaya*. Idntimes.com. <https://jatim.idntimes.com/travel/destination/alvi-nur-jannah/swalayan-murah-dan-paling-lengkap-di-surabaya-c1c2> diakses pada tanggal 16 Januari 2024.
- Mayangsari, A., & Harti. 2022. The Effect Of Brand Trust And Brand Experience On Brand Loyalty Through Emotional Brand Attachment To Wardah Cosmetics. *Jurnal Mantik*. 6(1). 448-458.
- Meruvishnu, J. R., & Sudaryanto, B. 2022. Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram Shopee terhadap Brand Loyalty dengan Customer Engagement sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Shopee Mahasiswa Aktif Universitas Diponegoro Angkatan 2018-2021). *Diponegoro Journal of Management*. 11(3). 1. ISSN (Online): 2337-3792. DOI: <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Pangestika, T. K., & Khasanah, I. 2021. Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience, Brand Trust, dan Brand Satisfaction terhadap Brand Loyalty Financial Technology: E-Wallet (Studi Pada Pengguna DANA di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. 10(6).
- Pangestika, W. 2023. *Digital Marketing: Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis*. Mekari Jurnal. Diakses dari <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> diakses pada tanggal 10 Januari 2024.
- Pratama, D. 2021. *Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Dan Fasilitas Terhadap Repurchase Intention*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

- Priyanto, J. 2023. *Pentingnya Engagement Rate dalam Strategi Media Sosial Anda.* LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/pentingnya-engagement-rate-dalam-strategi-media-sosial-jefri-priyanto/?originalSubdomain=id> diakses pada tanggal 15 Februari 2024.
- Putra, E. Y., Hasvia, T. G., Sapitri, N., Damanik, N. A., & Yeffy. *et al.* 2023. Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Social Media Marketing Pada UMKM Sugarbelly_id. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.* 3(1). 127-141. <http://prin.or.id/index.php/nusantara>
- Radhitama, J. I. 2018. Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi Pada Akun Instagram @gojekindonesia (Studi Pada Konsumen GO-JEK di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.* 6(2).
- Setiyawati, N., & Lestari, B. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee: Studi pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Ajaran 2017. *Jurnal Aplikasi Bisnis.* 7(1). 17. E-ISSN: 2407-5523, ISSN: 2407-3741.
- Sriyani, N. 2019. Effect Of Brand Equity And Marketing Mix On Customer Satisfaction And Impact On Customer Loyalty. *Economics and Accounting Journal.* 2(3).
- Subeni, B. 2022, November 30. *5 Macam-Macam Digital Marketing Untuk Bisnis.* JatisMobile. <https://jatismobile.com/id/blog/aplikasi-dan-platform-digital/macam-macam-digital-marketing/> diakses pada tanggal 18 Februari 2024.
- Sucma, F. A., & Sugiati, M. A. 2023. Pengaruh brand equity terhadap brand loyalty yang dimediasi oleh customer satisfaction: Studi kasus pada Xiboba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi,* 7(2).
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. 2020. Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *MODUS Journal.* 32(1). 25-41. ISSN 0852-1875 / ISSN (Online) 2549-3787.
- Suryani, N., & Widiati, E. 2023. Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Pembelian melalui Optimasi Brand Awareness. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi.* 22(2). 177-186.
- Suwarno, W. 2018. *Statistik untuk Ilmu Sosial dan Pendidikan.* Surabaya: Citra Edukasi.

- Valimsya, L., Januardin, J., Sianturi, H. A., & Rudi, R. *et al.* 2022. Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty pengguna Blibli.com (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Prima Indonesia Medan). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(5).
- Wicaksono, K. C. B. 2013. Mengukur Efektivitas Social Media bagi Perusahaan. *Binus Business Review*. 4(1). 551–564.
- Widianingsih, S. F., Ramdan, A. M., & Saori, S. *et al.* 2022. Analisis Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Operator Seluler Dengan Customer Relationship Management Sebagai Variabel Mediasi. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 3(3). Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Widiyana, E. 2021. *810 Supermarket di Surabaya Akan Pakai PeduliLindungi*. *detikNews*. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5721715/810-supermarket-di-surabaya-akan-pakai-pedulilindungi> diakses pada tanggal 14 Februari 2024.
- Zahroh, F., & Nurani, A. F. 2017. *Swalayan Bilka: Keuntungan Jalankan Bisnis di Surabaya Lebih Besar Dibanding Berkas Perizinannya*. *TribunJatim.com*. <https://jatim.tribunnews.com/2017/03/17/swalayan-bilka-keuntungan-jalankan-bisnis-di-surabaya-lebih-besar-dibanding-berkas-perizinannya?page=1> diakses pada tanggal 26 Februari 2024.
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. *et al.* 2017. Pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers Instagram Dompot Dhuafa cabang Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 1(2).