

DAFTAR PUSTAKA

- Al Satria, M. I., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Anggota. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 401–414. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3690>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arliyah, R. S., & Vania, A. (2025). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang sebagai Variable Intervening. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(4), 1045–1054. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v3i4.159>
- Azhari, M. T., Bahri, A. F., Asrul, & Rafida, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- BPS. (2023). *Statistik Teh Indonesia 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: Sage Publication.
- Desiyanti, N. L., Sudja, I. N., & Martini, L. K. B. (2018). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight and Customer Loyalty (Study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh). *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(03), 20660–20668. <https://doi.org/10.15520/ijcrr/2018/9/03/483>
- Djollong, A. F. (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1), 86–100.
- Felliciali, S., Halim, T. J., Siagian, H., & Tulim, A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coca-Cola Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 14(2), 129–144. <https://doi.org/10.55601/jwem.v14i2.1381>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisi Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Wiley.
- Harmadi, D. N., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Positive Word Of Mouth, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dessert Box. *Inovator*, 11(1), 26–34.
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS dan Eviews dalam Analisis Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jacoby, J., & Chestnut, R. . (1978). *Brand Loyalty Measurement and Management*. New York: Wiley & Sons.

- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management (15th Global ed.)*. London: Pearson Education Limited.
- Labibah, D. S., & Pratama, H. (2024). Pengaruh Model Pembelajaran Team Games Tournament terhadap Kemampuan Berfikir Kritis dan Motivasi Belajar IPS Siswa Kelas VII di MTSN 1 Nganjuk. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(4), 31–53. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v3i4.3309>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>
- Nirawati, L., Safitri, B. A. D., & Ahmad, R. F. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Upn" Veteran" Jawa Timur). *Syntax Idea*, 2(9), 594–604. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v2i9.560>
- Nugraha, M., & Sumadi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 97–102. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v11i2.1190>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, A. L. R., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Citra Merek dan Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. *Journal of Administration and Social Science*, 5(1), 198–204. <https://doi.org/10.55606/jass.v5i1.927>
- 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), 46–56. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Salsabila, A. F., & Utomo, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(5), 1–16. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5378>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4054>
- Stanton, W. J. (2019). *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: Yohanes Lamato*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung: Alfabeta.

Suhardi, M. (2023). *Buku Ajar Dasar Metodologi Penelitian*. NTB: Yayasan Insan Cendekia Indonesia Raya.

Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pengantar Ringkas*. Yogyakarta: Garudhawaca.

Yani, M. I., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>

Zhang, F., Li, H., Xue, Z., & He, J. (2024). How Brand Coolness Influences Customers' Willingness to Co-create? The Mediating Effect of Customer Inspiration and the Moderating Effect of Customer Interaction. *Journal of Brand Management*, 31(6), 632–648. <https://doi.org/10.1057/s41262-024-00364-x>