

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. In *Journal of Marketing Research* (Vol. 34, Issue 3). <http://ssrn.com/abstract=945432>
- Ada, N., Kazancoglu, Y., Sezer, M. D., Ede-Senturk, C., Ozer, I., & Ram, M. (2021). Analyzing barriers of circular food supply chains and proposing industry 4.0 solutions. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Issue 12). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/su13126812>
- Ade, S., Mulazid, S. A., Meiria, E., Si, M., Perbankan, J., Ekonomi, S. F., & Bisnis, D. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH MOBILE BANKING BANK MUAMALAT (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat DKI Jakarta) SKRIPSI Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untuk Memenuhi Syarat-syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Oleh: ADE RIZKI AVLLIA PUTRI.*
- Anita Kartika Sari, & Tri Wahjoedi. (2022). The influence of brand image and brand awareness on purchasing decisions is moderated by brand ambassador. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(3), 947–957. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.16.3.1462>
- Bachtiar, R., Abdurachman Saleh Situbondo Yudha Praja, U., Abdurachman Saleh Situbondo Rini Kartika Sari, U., & Abdurachman Saleh Situbondo, U. (2025). PERANAN KEPERCAYAAN DALAM MEMODERASI KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG PASIEN PADA RSUD ASEMBAGUS SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 4(11), 2748–2763.
- Bahroni, I., & Manggala, H. K. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI E-TRUST (STUDI PADA CALON KONSUMEN ONLINE STORE HOODIEKU)*. 10(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>
- Cinanti, N. :, & Bintang, W. (n.d.). *PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAHL.*
- Cuti'ing, J. E., & Garvin, J. J. (1987). Fractal curves and complexity. In *Perception & Psychophysics* (Vol. 42, Issue 4).
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).
- Dela Fahiran Pandiangan, & Meyniar Albina. (2025). Model dan Tahapan Penelitian Kuantitatif: Pendekatan Teoretis dan Praktis dalam Kajian Pendidikan. *Jurnal*

IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam, 3(3), 724–730.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i3.1494>

Ernanda, D. (n.d.). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HEDONIC MOTIVE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

Eti, K., Indra Gunawan, C., & Prasetyo Nugroho, A. (n.d.). *STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi kasus pada UKM Keripik Tempe Rizky Barokah Di Kota Malang)*.

Fadya Al Yasha Syifa, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2024a). Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention Produk Le Minerale : dengan Peran Mediasi Social Influence. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 248–261.
<https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i1.657>

Fadya Al Yasha Syifa, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2024b). Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention Produk Le Minerale : dengan Peran Mediasi Social Influence. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 248–261.
<https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i1.657>

Faktor Penyebab Kesulitan Siswa Dalam Pembelajaran Tematik Dengan Menggunakan Metode Miles Dan Huberman Di Kelas Sd Negeri, A. I., Sri Annisa, I., & Mailani, E. (2023). Medan Area. Copyright@ Indah Sri Annisa, Elvi Mailani *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 6469–6477.

Fifi Aley Da, Helatul Azizah, Silvia Anggraeni, & Sari Wiyanti. (2024). Pengaruh Pemilihan Nama Merek, Pengalaman Merek, dan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Merek di Caffeshop Teraskita. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 93–107. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i4.1483>

Futy, A., Cahyana, A., Falah, A. M., Murni, J. S., Rupa, S., & Desain, D. (n.d.). *Boneka “Menong” Sebagai Ikon Purwakarta: Pengaruh Masyarakat Terhadap Wujud Keramik “Menong.”*

Homepage, J., Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). ITHJ International Tourism and Hospitality Journal TheEffect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. In *International Tourism and Hospitality Journal*. <https://rpajournals.com/ithj>:<https://rpajournals.com/ithj>

F Setyaningrum dan NJ wati. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG(Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang)*

Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020a). MODEL EMPIRIS PENINGKATAN KEPUASAN DAN NIAT BELI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN ONLINE SHOP INSTAGRAM. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008>

- Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020b). MODEL EMPIRIS PENINGKATAN KEPUASAN DAN NIAT BELI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN ONLINE SHOP INSTAGRAM. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008>
- Juliani, H., Pebrianti, W., Shalahuddin, A., Juniwati, J., & Heriyadi, H. (2025). Pengaruh Product Quality, Cafe Atmosphere dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada CW Coffee. *ECo-Fin*, 7(2), 1071–1086. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2601>
- Keller, K. L. (2016). Unlocking the Power of Integrated Marketing Communications: How Integrated Is Your IMC Program? *Journal of Advertising*, 45(3), 286–301. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1204967>
- Keller, W., Yeaple, S. R., Garetto, S., Hanson, G., Harrison, A., Klenow, P., Ludema, R., Markusen, J., Melitz, M., Muller, U., Rauch, J., Shiue, C., Verhoogen, E., & Vogel, J. (2009). *The Gravity of Knowledge*. <http://www.nber.org/papers/w15509>
- Khairani, T., Misse, C., Syahrial, I., Yusriani, H., Hasan, M., Musyaffa, A. A., Surur, M., & Ariawan, S. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN*.
- Kurnia Saputra Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang, E. (2021). *PENGARUH KARAKTERISTIK PEKERJAAN TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI PADA DINAS PERIKANAN PROVINSI KEPULAUAN RIAU* (Vol. 4, Issue 2).
- Kustriyanti, S., & Rohman, M. (2025). Meningkatkan Iklim Akademik dan Riset di Kalangan Dosen Melalui Pelatihan Penulisan Proposal Penelitian dan Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JANUR)*, 1(1), 10–17. <https://doi.org/10.65316/janur.v11.6>
- Kusuma, D. A. (2020). DAMPAK PENERAPAN PEMBELAJARAN DARING TERHADAP KEMANDIRIAN BELAJAR (SELF-REGULATED LEARNING) MAHASISWA PADA MATA KULIAH GEOMETRI SELAMA PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI COVID-19. *Teorema: Teori Dan Riset Matematika*, 5(2), 169–175.
- Kusumawardani, B., Robin, D. M. C., Rahayu, Y. C., Dewanti, P., & Komariyah, S. (2022). Pelatihan Perilaku Hidup Sehat Pada Siswa Sekolah Luar Biasa Negeri Jember. *Abdimas Universal*, 4(2), 234–239. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v4i2.233>
- LauraS, N., & Natalia Siringo Ringo, S. (2017a). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* (Vol. 14, Issue 2).
- LauraS, N., & Natalia Siringo Ringo, S. (2017b). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*

DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Vol. 14, Issue 2).

Lina, R. (2022). Improving Product Quality and Satisfaction as Fundamental Strategies in Strengthening Customer Loyalty. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).

Nasution, A. E., & Sari, W. E. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Variabel Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1872>

Nova Lina, E., Anggara, O., Purwasih, E., Zulinto, A., & Dian Lestari, N. (2026). *The Role of Organizational Culture in Shaping a Work Climate that Supports Learning in Primary Education* (Vol. 2).

Nurfadhilah, L., & Falah, A. M. (2025). MENGANALISIS PROSES KREATIF, TEKNIK, DAN ESTETIKA PADA KARYA SENI KERAMIK. 28(1), 13–23. <https://doi.org/10.24821/ars.v28i1.14885>

Prasetyo, C. E., Silitonga, P., & Nurwati, E. (n.d.). *Increasing The Influence Of Product Quality And Price Perception On Purchase Decisions: The Mediating Role of Social Media Interaction (Case Study at Bubble Teahouse Chain Outlet)*.

Rahmiyati, N., & Rahim, M. A. (2015). PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DAN KUALITAS PRODUK MELALUI PENERAPAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA PADA USAHA PENGEMBANG EKONOMI LOKAL DI KOTA MOJOKERTO PROPINSI JAWA TIMUR. In *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya Nopember* (Vol. 01, Issue 02).

Ridha, R. N., Burhanuddin, B., & Wahyu, B. P. (2017). Entrepreneurship intention in agricultural sector of young generation in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 76–89. <https://doi.org/10.1108/apjie-04-2017-022>

Singh, M. (n.d.). *Marketing Management*. <http://www.jagsheth.net/docs/History%20of%20Marketing%20Thought-An%20Update.pdf>

Sinta, T., Keputusan Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, berdasarkan, Riset, K., dan Pendidikan Tinggi, T., Darmuki, A., Hariyadi, A., Alfin Hidayati, N., Minat Dan Hasil Belajar Keterampilan Berbicara Menggunakan Metode, P., Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, P., Pendidikan Bahasa dan Seni, F., Pendidikan Kewarganegaraan Fakultas Pendidikan, P., & Pengetahuan Sosial, I. (n.d.). *Kredo 3 (2020) KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/kredo/index>

Soka, V. C., Kurniawati, M., Salean, D. Y., Bunga, M., & Manajemen, P. (n.d.). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL*

INTERVENING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA KUPANG) The Influence of Brand Ambassador on the Purchase Interest of Shopee Application Users with Brand Image as an Intervening Variable (Case Study on Shopee Application Users in Kupang City) Koresponden : a).

- Sugiantari Putu, E., Sudha Sucandrawati Ni Luh Ketut, A., & Ni Luh, I. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel di Kabupaten Badung. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(6).
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (n.d.). *KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI PADA STARTUP BUSINESS UNICORN INDONESIA)*. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta>
- Suryanto, A. (2019). *ANALISIS PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN* (Vol. 8, Issue 1).
- Tirani, N. T., & Widayat, E. W. (n.d.). *PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK AQUA DI KOTA BOGOR*. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/eleste/index>
- Vargas, K., Yana, M., Perez, K., Chura, W., & Alanoca, R. (2020). Aprendizaje colaborativo: una estrategia que humaniza la educación. *Revista Innova Educación*, 2(2), 363–379. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.02.009>
- Yuliyana, W., & Febriyani, E. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF TERHADAP MINAT BELI PENUMPANG BUS DAMRI UNIT ANGKUTAN KOTA BANDUNG. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 19–28. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>