

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Mitra Utama.
- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Andreani F, & Gunawan L. (2021). *Social Media Influencer, Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Beauty Store*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 18–26.
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, *Brand Image* , dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Membercard*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assael Henry. (2014). *Consumer Behavior* . Thomson Learning.
- Ayla Virariani. (2023). Pengaruh Penggunaan *Digital Marketing, Influencer* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di DKI Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*.
- Bennett, R., & Rundle-Thiele, S. (2015). *The Brand Management Process: A Model for the Development of Brand Equity*. *Journal of Brand Management*.
- Cahyani, Khoiriyah Indra, & Elang. (2016). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* . Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* . SAGE Publications.
- Deiss, R., & Henneberry, R. (2019). *Digital Marketing for Dummies*. Wiley.
- Durianto, D. (2014). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzi M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Varian Produk dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ferrinadewi, A. (2018). *Brand Trust* dan Loyalitas Merek. *Jurnal Pemasaran*.
- Field A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Diponegoro.

- Goel, R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). *Social Sciences & Humanities an Empirical Study to Enquire the Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age with Reference to Indian Economy*. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 25(4), 1569–1584.
- Gurjati. (2014). *PSS versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Media Pustaka Utama.
- Haryanti R, Suwantika A, & Abdassah M. (2018). Tinjauan Bahan Berbahaya Dalam Krim Pencerah Kulit. *Jurnal Farmaka*, 16(2), 214–227.
- Hervina, E., Politeknik, S., Lp3m, U., Razaq, M. R., & Hou, A. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan Coffe Shop di Kota Medan*. 4(2). <https://doi.org/http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
- Hery. (2018). *Manajemen Strategik* (Adi Pramono, Ed.). Penerbit PT. Gashindo.
- Hidayat, W., Widjaya, L., & Sutrisno, G. (2024). *Peran Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Loyalitas Pelanggan* . <https://doi.org/https://doi.org/10.70429/jpema.v2i2.130>
- Homburg, C. , G. A., & Menon, K. (2019). *The Role of Customer Experience in Building Customer Loyalty: A Multi-Method Study*. *Journal of Retailing*, 1–15.
- Honestya, G., & Veri, J. (2024). *Systematic Literature Review : Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Kecantikan*. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 523–531. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4205>
- Ikromah Desti. (2022). *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Ultra Milk (Studi Kasus di Indogrosir Kota Malang)*. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Iqbal Hasan. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Jeremia Kolonio, & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal Emba*, 7(1), 831–840.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Khuan H, Ramdan A M, Risdwiyanto A, Widyastuti, & Wahyuning S. (2023). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness pada Produk Kosmetik Halal melalui Aplikasi TikTok terhadap Minat Beli*.
- Kotler P, & Keller. (2018). *Marketing Management* . Education.
- Kusumawardhani, T., Fierda Sarpangga, Diah Fatma Sjoraida, Hamka, & Sunardi. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Terhadap*

- Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2598–2605. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1700>
- Lisani. (2020). Pengaruh *Digital Marketing Mobile Application* Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2). <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3665>
- Luthfiyyah Tsania Hilmii. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan . *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v22i1.8054>
- Minarni Sarida. (2023). Pengaruh *Word of Mouth, Digital Marketing, Brand Awareness* Terhadap *Costumer Loyalty*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.2683>
- Nafisatin Laili Ika, Azhad M. Naely, & Setianingsih Wahyu Eko. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan . *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 8(2).
- Nashir, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media.
- Noor Mitha F. (2014). Pengaruh *Brand Image dan Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* King Thai Tea Bandung. *Image*.
- Setyo Purnomo Edwin. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen . *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Rohma Kusuma Zulianti, & Jojok Dwiridotjahjono. (2024). Pengaruh *Brand Awarness, Brand Image* , dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pada Pelanggan Produk Kosmetik Make Over di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1817>
- Sanjaya, Putu Krisna Adwitya, Ni Putu Sri Hartati, & Ni Wayan Wina Premayani. (2020). Pemberdayaan pengelola badan usaha milik desa (BUMDes) berdikari melalui implementasi *digital marketing system*. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 65–75.
- Santoso Hansen Brian. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Online Promotion* Dan *Customer Experience* Sebagai Variabel Intervetening Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Sidi, A. P., Stie, D., & Malang, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang).
- Sihombing Ester H. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan Coffe Shop di Kota Medan. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*. <https://doi.org/https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i2.540>

- Silviana. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone)*.
- Situmorang. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6646>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulle Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Bank Papua Cabang Kapi). *Jurnal Ilmu Hukum Ilmu Humaniora Dan Politi*.
- Syifa Maulana Muhaimin. (2022). Implementasi *Digital Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness @ Iflix. Id*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Syty Nur Azizah, & Kurniawati. (2023). Pengaruh *Customer Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust dan Brand Affect Terhadap 5 Brand Skincare Lokal di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1147–1160. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15616>
- Tjiptono F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi.
- Tjiptono F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Wahyuni, M. D. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *MANAJERIAL*, 30–40.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Ruf, M. '. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Loyalty Dengan Brand Image dan Relationship Quality Sebagai Pemediasi. 21(2), 83. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v21i1.46886>