

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rozak, Budi Harto, Rivaldi Arissaputra, & Khoirun Nisa. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty dengan Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada PT. Unilever. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(2).
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i2.1093>
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2023). Factors That Influence Online Purchase Decisions On Marketplaces In Medan City. *Proceeding Medan International*
- Azzahra, F., & Wiksana, W. A. (2022). Kegiatan Komunikasi Pemasaran Toko Offline Untuk Membangun Loyalitas Pelanggan. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1).
<https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1675>
- Bhojaraju, G., Thamaria, N., & Al, U. et. (2005). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING (CRM) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA MATAHARI CLUB CARD (MCC) PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE MAL SKA PEKANBARU. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 12 Suppl 1(9).
- Budiana, M. A., & Ariyani, N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Terminal Petikemas Koja. *Ijd-Demos*, 5(1). <https://doi.org/10.37950/ijd.v5i1.392>
- Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2018). Peran Kepercayaan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3).
- Gunawan, W. H. (2019). Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Ikatan Emosional meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(2). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i2.1966>
- Hani Rosanti, & Yayuk Sri Rahayu. (2023). Corporate Image As Mediator of Islamic Marketing Mix to Intention in Becoming a Customer of Bank Syariah Indonesia in East Java. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(3). <https://doi.org/10.20473/vol10iss20233pp305-321>
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Hikmah, U. N. (2023). Analisis Strategi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Gudeg Lumintu Kabupaten Jember [UNIVERSITAS ISLAM KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER].
<https://digilib.uinkhas.ac.id/30977/>

- Isa. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Paparon's Pizza Solo). *Manajemen Dan Riset Bisnis*, 5(2).
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education
- Lancia, F. (2019). OPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN PADA ONLINE STORE (TOKO ONLINE) MELALUI KOMUNIKASI PEMASARAN INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Kualitas Pelayanan www.gramedia.com). *Akrab Juara*, 4(5).
- Madar, S., Wahyuningsih, Y., & Wahyuku Ningtiyas, P. (2023). Analisis Strategi Customer Bonding Untuk Membangun Loyalitas Pelanggan Pada Labella Hijab Store Lamongan. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 8(2). <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.18518>
- Nurfuadah, U. W., Widjajanta, B., & Dirgantari, P. D. (2022). Strategi Corporate Branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Pada Pelanggan Provider Komunikasi dan Data di Indonesia. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 22(April), 90–93. <https://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/view/46629>
- Novia, C., Komariyah, K., Purwita, I., & Hasanah, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UKM Keripik Pisang Ibu Nur. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 11(2). <https://doi.org/10.36084/jpt.v11i2.528>
- Nurbiyanto, B., Sustiyatik, E., & Laely, N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian dan Hubungannya Dengan Loyalitas PELanggan Pada Supermarket Xx. *Risk: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1).
- Pamungkas, K. P., & Hidayati, R. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Klaten). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3).

- Panjaitan, D., & Setyorini, R. (2020). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v10i1.2772>
- Purnomo, A. (2018). DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Kedai Hj . S Jl . Kesumba Kota Malang). *Jibeka*, 12.
- Rinny, O. :, Kalalo, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (1553). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT. MATAHARI DEPT. STORE, MANADO. *Jurnal EMBA*, 1(4).
- Rohmat Dwi Jatmiko, & Sri Nastiti Andharini. (2012). ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOYALITAS PELANGGAN JASA WISATA (Studi pada Taman Rekreasi Sengkaling Malang). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2).
- Shafira, M. M. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Pada Online Shop Tapax Official). *Universitas Semarang*. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2018/G.331.18.0059/G.331.18.0059-15-File-Komplit-20220901045828.pdf>
- Sari, I. G. A. W., & Setiawan, P. Y. (2017a). Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7).
- Sidi, A. P. (2018a). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1). <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.3>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Supriatna, A., & Budianto, H. (2019). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GELOLA MUKTI SPORT BERBASIS WEB. *NUANSA INFORMATIKA*, 13(2). <https://doi.org/10.25134/nuansa.v13i2.1948>
- Triyadi, T., Firayanti, Y., & Wulansari, F. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN LAPTOP BEKAS MELALUI APLIKASI FACEBOOK DAN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO PARTNER KOMPUTER. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(9). <https://doi.org/10.55681/armada.v1i9.881>
- U.W. Nurfuadah, B. W. P. D. D. (2022). Strategi Corporate Branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Pada Pelanggan Provider Komunikasi dan Data di Indonesia. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 22(April), 90–93. <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/895/1/20612167.pdf>

Wijaya, F. D. (2023). *Analisis komunikasi pemasaran pada perusahaan asuransi allianz di kota tanjungpinang*. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG. <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/895/1/20612167.pdf>

Zaini, M., Khuzaini, & Aris Setia Noor. (2021). Loyalitas Pelanggan Terhadap Pembelian Coffee Shop Di Cv. Explore Warna (Kima Coffee and Store) Kota Banjarmasin. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11)

