

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. (2015). *Aker On Branding*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Anis, C., & Imam Ghozali. (2014). *Teori Akuntansi International Financial Reporting Standards*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ashoer, M. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *Jbmi (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3), 238. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Augusty Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bandawaty, E., Huriyati, R., & Puspo Dewi Dirgantari. (2020). Pengaruh *Brand Image* Dan *E-Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Bentuk Inovasi Pemasaran Bukalapak. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1).
- Bastiar, R. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Service Quality* Terhadap Minat Konsumen Dengan Kegiatan Event Sebagai Variabel Mediasi Pada Mall RR. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(6), 622. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i6.15165>
- Blut, M. (2016). E-Service Quality: Development Of A Hierarchical Model. *Journal Of Retailing*, 92(4), 500–517. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.09.002>
- Bungin, B. (2009). *Analisis Penelitian Data Kualitatif* (P. 281). Raja Grafindo.
- Butitova, D. (2019). Perceptions Of Organizational Justice Among State Government Employees: The Effect Of Years Of Public Service. *Public Personnel Management*, 48(3), 345–368. <https://doi.org/10.1177/0091026018816348>
- Chinomona, R. (2016). Brand Communication, *Brand Image* And Brand Trust As Antecedents Of Brand Loyalty In Gauteng Province Of South Africa. *African Journal Of Economic And Management Studies*, 7(1), 124–139. <https://doi.org/10.1108/Ajems-03-2013-0031>
- Darlan, Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Bahtera Nusantara Transports. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jimm.v5i1.6273>
- Dwitama, R. S. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *E-Service Quality*, *E-Customer Satisfaction*, Dan *E-Customer Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Konsumen Rentang Usia Produktif Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Jawa Timur). *Manajemen Pemasaran*, 4(3).
- E.M Sangadji, & Sopiah. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Erlangga.
- Fajar, A. (2017). Implementasi Intergrated Marketing Communication Pada Tokopedia Dalam Mempertahankan Pelanggan. *Komunikasi*, Viii (3), 2579–329.
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). Ewom Through Social Networking Sites And Impact On Purchase Intention And *Brand Image* In Iran. *Journal Of Advances In Management Research*, 15(2), 161–183. <https://doi.org/10.1108/Jamr-05-2017-0062>

- Felicia Laurent. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2).
- Fqy Tazkiyyaturrohmah. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1).
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kevin Lane Keller. (2013). *Strategic Brand Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P, & Keller, L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Laksmi, K. W., & Permana, G. P. L. (2021). Penggunaan E-Money Dalam E-Commerce Sebagai Pendukung Less Cash Society. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Alam*, 22(1).
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Joanne V. Mangindaan. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official Di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 11(2).
- Li, D. C.-P., & Author, C. (2017). Effects Of *Brand Image*, Perceived Price, Perceived Quality, And Perceived Value On The Purchase Intention Towards Sports And Tourism Products Of The 2016 Taichung International Travel Fair. *The Journal Of International Management Studies*, 12(2).
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, Brand Loyalty Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jico Agung Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(02), 194–207.
<https://doi.org/10.36406/Jam.V16i02.242>
- Mahisa, R. K., Sulhaini, & Sri Darwini. (2019). Analisis Pengaruh *Tagline* dan *Brand Ambassador* terhadap *Brand Awareness* telepon Seluler Merek Oppo (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram). *Jurnal Jrm*, 19(2).
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa, Edisi Pertama*. Kencana. Mulyana.
- Mulyana, D. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Neupane, R. (2015). The Effects Of *Brand Image* On Customer Satisfaction And Loyalty Intention In Retail Super Market Chain Uk. *International Journal Of Social Sciences And Management*, 2(1), 9–26.
<https://doi.org/10.3126/Ijssm.V2i1.11814>
- Nurhayati, Agustin (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Efektivitas Iklan Online Yoona SNSD Terhadap *Brand Image* Pada Produk Kecantikan Innisfree. <http://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/2758>
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Ine Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi *Brand Awareness*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 357. <https://doi.org/10.24843/Eeb.2020.V09.I04.P04>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual. *Journal Of Service Research*, 7(3), 213–233.
<https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing. Edisi 15 Global Edition* (15th Ed.). Pearson.

- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 10(19).
- Rachmat Kriyantono. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. Kencana.
- Santoso, V. A., & Naili Farida. (2018). Pengaruh Website Design Dan E-Service Quality Terhadap E- Repurchase Intention Melalui E-Trust (Studi Pada Pelanggan Lazada Di Fisip Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1x(Iv), 634–643.
- Sari, Rita Novita. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Hypermarket Mall Samarinda Central Plaza di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 2016, 4 (4): 1113-1126.
- Sasa Djuasa Sendjaja. (2017). *Teori Komunikasi, Universitas Terbuka*. Universitas Terbuka.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. *Jakarta: Kencana*.
- Sonani, N., Hari Muharam, & Ferdisar Adrian (2017). Hubungan antara Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daging Adza Catering Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v3i1.437>
- Suciningtyas, W. (2018). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian*. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–28. <https://doi.org/10.15294/Maj.V1i1.505>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumadi. (2017). *Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Di Kota Surakarta Sumadi Stie - Aas Surakarta*. 03(02), 112–124.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. C.V Andi Offset.
- Tjiptono Fandy. (1995). *Pemasaran Strategik*. Andi Offset Tjiptono.
- Tyas, A. A. W. P., & Andreas Kenny. (2016). Pengaruh Service Quality Dan *Brand Image Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Inul Vizta Karaoke Di Jakarta (Studi Kasus Pada Kepuasan Konsumen Inul Vizta Karaoke Di Jakarta)*. *Jurnal Ekonomi*, 2(7).
- Valencia, V., & Junaidi, A. (2019). Pengaruh Pesan Iklan Televisi “Dana App-Dompet Digital Indonesia 60s (2018)” Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana. *Prologia*, 3(2), 512. <https://doi.org/10.24912/Pr.V3i2.6404>
- Wilson, N., & Keni K., (2018). Pengaruh Website Design Quality Dan Kualitas Jasa Terhadap Repurchase Intention : Variabel Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. <https://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.3006>
- Yusuf A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.
- Zahrotu, A. A., Djoko, H., Dewi, & Shinta, R. (2018). Pengaruh *Brand Awareness*

Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kartu Gsm Prabayar Simpati (Studi Kasus Pada Konsumen Kecamatan Pedurungan) . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1).

Zhang Jing, Chatchai Pitsaphol, & Rizwan Shabbir. (2014). The Influence Of *Brand Awareness, Brand Image* And Perceived Qualityon Brand Loyalty: A Case Study Of Oppo Brand In Thailand. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Usiness*, 5(12).

Zhang, Y. (2015). The Impact Of *Brand Image* On Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal Of Business And Management*, 03(01), 58–62. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>