

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C., & Widiartanto. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY (STUDI PADA PEMILIK MEMBERSHIP CARD ORYZA GYM SEMARANG)* *Administrasi Bisnis , Universitas Diponegoro.*
- Ahmed, Z., & Rizwan, M. (2014). *Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur.* 5(1), 306–326.
- Amsrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran.* Prenhalindo.
- Andriani, M., & Bunga, F. D. (2017). *FAKTOR PEMBENTUK BRAND LOYALTY: PERAN SELF CONCEPT CONNECTION , BRAND LOVE , BRAND TRUST (TELAAH PADA MEREK H & M DI KOTA DKI JAKARTA).*
- Angelina, M., Elltan, L., & Handayani, Y. I. (2023). *Brand Loyalty dengan Mediasi Brand Trust pada Kedai Mixue di Kota Surabaya.* 2(9), 3976–3985.
- Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2006). *Some antecedents and outcomes of brand love.* 79–89. <https://doi.org/10.1007/s11002-006-4219-2>
- Cuong, D. T. (2020). *The Impact of Customer Satisfaction, Brand Image on Brand Love and Brand Loyalty.* 12(06), 3151–3159. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201280>
- Ellitan, L. (2023). *Increasing Brand Loyalty Through Brand Image , Brand Love and Brand Experience.* 6(2), 220–224.
- Fajariah, N., Thoyib, A., & Rahman, F. (2016). *Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia.* 36, 471–480.
- Fernandes, T., & Moreira, M. (2019). *Consumer brand engagement, satisfaction and brand loyalty : a comparative study between functional and emotional brand relationships.* 2(July 2018), 274–286. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2017-1545>
- Fiani, M., Edwin, S., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2012). *ANALISA PENGARUH FOOD QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI KECIK TOKO ROTI GANEP ' S DI KOTA SOLO.* 1(1), 1–6.
- Fure, F., Lapian, J., & Taroreh, R. (2015). *Pengaruh brand image, kualitas produk, harga, keputusan pembelian konsumen di J.CO Manado.* 3(1), 367–377.
- Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2020). *The role of emotional structures in*

the relationship between satisfaction and brand loyalty The role of emotional structures in the relationship between satisfaction and brand loyalty. *Cogent Psychology*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1782098>

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.

Hadi, S. (2004). *Penelitian Research*. BPFEE.

Harahap, Z., Soegoto, A. S., & Rotinsulu, J. J. (2014). *Citra Merek, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Indomie Dikecamatan Malalayang 1 Barat Manado*. 2(2), 859–870.

Hayati, E., Zamroni, M. R., & Prayitno, D. H. (2023). *Sentiment analysis on Indomie vs Gaga polemic using TikTok data*. 498–507.

Hidayah, N. L. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND PERSONALITY TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL (Studi pada Konsumen mie instan merek Indomie di Kecamatan Kebumen)* Nur Laelatul Hidayah Manajemen STIE Putra Bangsa Email : nurlailatulhidayah98@gmail. 1–10.

Hwang, J., Kandampully, J., Hwang, J., & Kandampully, J. (2012). *relationships The role of emotional aspects in younger consumer-brand relationships*. <https://doi.org/10.1108/10610421211215517>

Ismurroji, M., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2023). *BRAND LOVE AS MEDIATION ON BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY*. *April*, 204–211.

Junaid, M. R., Firmansyah, & Saputra, A. C. (2020). *ANALYSIS OF QUEUE SYSTEMS OF CUSTOMER SATISFACTION AT PT . BANK*. 3, 19–25.

Katmawanti, S., & Ulfah, N. H. (2011). *Analisis faktor yang mempengaruhi pola konsumsi mie instant pada mahasiswa di universitas negeri malang*.

Lien, C., Wen, M., Huang, L., & Wu, K. (2015). *Asia Pacific Management Review Online hotel booking : The effects of brand image , price , trust and value on purchase intentions*. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2015.03.005>

Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat.

Manayang, Y., Joseph, W. B. ., & Sumampouw, O. J. (2018). *WILAYAH KERJA PUSKESMAS PANIKI BAWAH* Keywords : *Hygiene , Sanitation* PENDAHULUAN. 7(5).

Millatina, B., & Afifah, B. (2023). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Brand*

Love Pada Produk Retail Bangunan Modern. 1(2), 52–60.

- Mubarok, M. H. (2014). *Strategi Pertumbuhan Berkelanjutan Indofood di Pasar Kompetitif. 2(2).*
- Riduwan. (2014). *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian. 2014.*
- Ronasih, M. Y., & Widhiastusi, H. (2021). *Kualitas pelayanan, faktor emosional dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. 5, 109–130.*
- Rukhviyanti, N., Dioputra, S., & Barlian, U. C. (2021). *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi) Volume 13 No. 2 / November / 2021. 13(2), 8795.*
- Salim, F. F., & Dharmayanti, D. (2014). *Pengaruh BrandImage dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. 2(1), 1–8.*
- Sanaji, E. R. (2015). *PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP KEPUASAN. 246–261.*
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS. Andi.*
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi. PT Gramedia Pustaka Utama.*
- Sitaniapessy, A., Aunalal, Z. I., & Sitaniapessy, H. A. . (2022). *Pengaruh Kepercayaan , Kecintaan dan. 1(November), 143–152.*
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.*
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.*
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA DI JAKARTA. 9(021), 113–123.*
- Tjahyadi, R. A. (2006). *BRAND TRUST DALAM KONTEKS LOYALITAS MEREK : PERAN KARAKTERISTIK MEREK , KARAKTERISTIK PERUSAHAAN , DAN KARAKTERISTIK HUBUNGAN PELANGGAN-MEREK. 6(1), 65–78.*
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi 3). Andi.*
- Utama, A. P., Kosasih, K., & Trisnawati, N. (2021). *THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND BRAND IMAGE ON THE LOYALTY OF NISSAN CAR USERS , AND SATISFACTION AS A. 2(5), 741–750.*
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. 51(1), 44–48.*
- Wahyuni, I. P., Brawijaya, U., Ayuni, R. F., Love, B., & Loyalty, B. (2021). *Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty melalui Brand*

Love (Studi pada Pelanggan Starbucks) . 1, 1–17.

Widia, S., Sri, K., & Riorini, V. (2021). *The Influence of Consumer-Based Brands Equity on Brand Loyalty Through Customer Satisfaction. 1(2), 141–160.*

