

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of the Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aliya, M., & Rachmawati, I. (2019). Hubungan antara Customer Experience dengan Brand Loyalty Produk Eiger Adventure.
- Biedenbach, G., & Marell, A. (2010). The Impact of Customer Experience on Brand Equity in a B2B Services Setting.
- Chang, H. H., & Chen, S. W. (2008). The Impact of Customer Interface Quality, Satisfaction and Switching Costs on E-Loyalty: Internet Experience as a Moderator. *Computers in Human Behavior*, 1016 (10).
- Evanita, F., & Hidayat, K. (2012). Pengaruh kepuasan atas kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Sumatra Barat. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(1).
- Fauzi, A. (2015). Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Pelanggan-Merek Terhadap Loyalitas Merek.
- Febrianza, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Shopee (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta) Influence Of Promotion Mix On Repurchase Intention In E-Commerce Shopee (Study of Shopee Application Users In STEI Jakarta Students).
- Ganita, F. (2019). Pengaruh Service Recovery terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, A. S. (2017). Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Merek (Brans Loyalty) Pada Pengguna Kartu Seluler Tri Paket Data Internet (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Kotler, A. (2000). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Upper Saddle River: Prentice Hall Inc.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). *Understanding customer experience*. *Harvard business review* (Vol. 85(2)).
- Mowen, C. J., & Minor, M. (2002). *perilaku konsumen* (Vol. Jilid 1). Jakarta: PT Erlangga.
- Pani, E. L. (2019). Pengaruh Customer Perception, Perceived Value, Price dan Promotion terhadap Buying Decision pada Tiket Lion Air. *Agora*, 7(2).
- Rismanita, R. P., & Rahma, D. L. (2018). Pengaruh Perceived Value dan Satisfaction Terhadap Brand Loyalty (Survei Pada Pelanggan Produk Nu Skin di Distributor Resmi Perumahan Aluminium Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 207-215.
- Sari, T. W. (2013). pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (studi pada mahasiswa S1 jurusan ilmu administrasi bisnis fakultas ilmu adaministrasi universitas brawijaya tahun 2009/2010 pengguna handphone Niokia). *jurnal administrasi bisnis*, 5(2).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bnadung: Alfabeta.
- Tjahyadi, A. R. (2006). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Krakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 65-78.
- Tresna, G. A., & Seminari, K. N. (2017). Pengaruh Brand Equity Dan Consumer Satisfaction Pada Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen*, 7(1), 307-331.
- Yolandari, D. N., & Kusumadewi, W. N. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka. com. *E-Jurnal Manajemen*, 7(10), 5343-5378.
- Yuliantari, K., Nurhidayati, N., & Sugiyah, S. (2020). Brand Loyalty Perawatan Wajah (Skin care) Wardah Gentle Face Wash. *Moneter-Junal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 186-191.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence,. *Journal of Marketing*, (52), 2-22.