DAFTAR PUSTAKA

Aaker dan Alexander L. Biel. (2019). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale

Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam.* https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463

Chen, Y. C. (2017). The relationships between brand association, trust, commitment, and satisfaction of higher education institutions. *International Journal of Educational Management.*

Delly Mustafa, 2013. Birokrasi Pemerintah. Makasar: Alfabeta.

Fandy,Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran.* edisi 4. Yogyakarta: Andi.

Gunawan, Didik, 2022. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbabasis Media Marketing. Padang Sidimpuan* : PT Inovasi Pratama Internasional.

Haris, D., & Welsa, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). 2(2).

Harjadi, Didik, 2021: *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan PelangganMilenial.* Cirebon : Insania.

Imam Ghozali, 2010, *Aplikasi MultiVariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf.

Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Keller, K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Brand Image* (Vol. 5). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P. 2014. *Marketing Management.14thGlobal Edition*. Pearson Edition, Pearson Education International.

Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12.Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. (2019). *Marketing Managemen*. 15th Edition. Prentice-Hall Published, New Jersey.

Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., (2019), P*rinciples of Marketing, 14th* Ed, Prentice Hall, Jakarta.

Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Nila Kusuma Dewi, dkk, 2012, Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di Universitas Cabang Padang), Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 3 No. 2 Mei 2012 ISSN : 2086-5031.

Nurhalim, A. D. (2020). *Pengaruh Brand Image Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid 19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang).* Jurnal Bina Manajemen.

Putri, I. I., Sofyan, S., & Rahmaddiansyah, R. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Rotiboy Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(2).

Richard Oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). Kepuasan Pelanggan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.,2013–2015.

Setiyana, Y., & Widyasari, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario. 476–483.

Sinambela, Lijan Poltak dan Sarton Sinambela (2021). *Metodologi Penelitian Kuanitatif - Teori Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.

Sinulingga, H. S. (2021). *Perilaku Konsumen*, Deliserdang: IOCS Publisher.

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tho, N. X., Lai, M.-T., & Yan, H. (2017). The Effect of Perceived Risk on Repurchase Intention and Word – of – Mouth in the Mobile Telecommunication Market: A Case Study from Vietnam. *International Business Research*.

Tjiptono & Diana. (2018). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset

Wiratna Sujarweni, (2018). *Manajemen Keuangan Teori Aplikasi Dan Hasil Penelitian.* Pustaka baru press Yogyakarta.

Yunita, M., Sari, R., & Nursa'adah, D. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap kepuasaan pengguna aplikasi dana dikalangan mahasiswa. *Smart GOALS Jurnal Bisnis Digital Dan Manajemen*, *1*(1), 32-47. https://doi.org/10.36490/sg.v1i1.1338