

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2009). *Brand Equity & Advertising Advertising's Role In Building Strong Brands* (1st Ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Adindo, A. W. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Yogyakarta: BUDI UTAMA.
- Adnyana, I. M., & Iswanto, H. (2021). *The Effect Of Design, Brand Image And Personal Selling On Costumer's Loyalty Through Customer's Satisfaction: A Study On Darbost T-Shirt's Customers In Jakarta*. *Open Access Indonesia Journal Of Social Sciences*, 4(1), 99–115. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v4i1.37>
- Akbar, M. F., Wijoyo, H., & Wibowo, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol*. *Economics, Business And Management Science Journal*, 1(1), 29–39. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.9>
- Arif, D., Febrianto, Moh. E., & Gatot, M. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Specs*. *Jurnal Ecopreneur*, 4(1). <https://ejournal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/article/view/920>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management* (1st Ed.). Yogyakarta: Budi Utama.
- Badan Pusat Statistik. (2020). <https://tanjungpinangkota.bps.go.id>.
- Bulan, T. P. L., & Sriwulan, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mitana Café Di Kota Langsa*. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 5(1), 11–20. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jse>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Chaniago, H. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store*. *International Journal Administration, Business And Organization*, 1(2), 59–69. <https://www.researchgate.net/publication/349076606>
- Chinna, D. F., Soegoto, A. S., & Woran, D. (2022). *Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah Kosmetik Di Kota Manado*. *Jurnal Emba*, 10(3), 295–306. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/40909>
- Chusniartiningsih, E., & Andjarwati, A. L. (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas pelanggan Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 85–95.
- Dahayu. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PADA Produk Akrilik Pada "Ukm Tekat Tiga Dara" Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam Skripsi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. <https://repository.uin-suska.ac.id/27402/>

- Damayanti, A. E., & Manggabarani, A. S. (2021). *Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga Dan Desain Produk Serta Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah)*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2), 125–151. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/41055>
- Dewi, N. N. (2020). *Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ecopreneur*, 3(2), 101–108. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/article/view/777>
- Fortuna, I. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Aqua Di Kota Bandar Lampung)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. <http://repository.radenintan.ac.id/4331/>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26* (10th Ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (1st Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Haris, D. (2019). *Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta)*. <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/Tasyri/article/view/277>
- Harwina, Y. (2022). *Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Sari Roti Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Pekanbaru*. *Jurnal Eko Dan Bisnis Riau Economics And Business Review*, 13(2), 206–215. <https://ekobis.stieriauakbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/download/390/376>
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan* (11th Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Iranita. (2022). *Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Customer Value terhadap Loyalitas Pelanggan Barista Coffee Shop & Roastery Tanjungpinang*. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 6(1). <https://doi.org/10.31629/jg.v3i2.xxx>
- Jaya, U. A., & Pangdugi, G. A. (2022). *Pengaruh Peralihan Biaya Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Di Sukabumi*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 234–244. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1>
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 7(11), 5955–5982. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/40335>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Global Edition. Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Global Edition. Pearson Education.
- Mariana, N. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Sepeda Motor Honda Scoopy Di Universitas Muhammadiyah Mataram*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Mataram. <http://repository.ummat.ac.id/782/1>
- Meidasari, E., Meliana, & Kusumawardani, N. (2022). *Pengaruh Mutu Produk, Desain Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Batik Gabovira*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 1(3), 253–259. <https://doi.org/10.55983/inov.v1i3.145>
- Meisaroh, F. S., Hidayat Nugroho, R., Andarini, S., & Nirawati, L. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Desain Kemasan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Produk Minuman Bersoda Sprite*. *Relaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 812–825. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i3.1822>
- Musafar, T. F. (2021). *Manajemen Produk Dan Merek* (1st Ed.). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Oktaviani, G. (2019). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa PT. Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar)*. Skripsi. Universitas Islam Riau. <https://repository.uir.ac.id/1952/>
- Pratiwi, H., Rosmawati, P., & Usman, O. (2018). *Effect Of Price, Promotion, Brand Trust, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Packaging Products Mineral Water Aqua*. <https://ssrn.com/abstract=3316254>
- Puspaningrum, A. (2017). *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket* (1st Ed.). Yogyakarta: Anggota Ikapi.
- Putera, A. K., & Wahyono. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen*. *Management Analysis Journal*, 7(1), 111–119. <http://maj.unnes.ac.id>
- Putra, S. A. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Smartphone Lenovo Di DIY)*. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 3*, 3(1), 252–260. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/12917>
- Rahman, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Mineral Ainiqua Di 212mart Medan (Studi Kasus Konsumen 212mart Garuda)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/14797>
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). *Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone*. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(2), 161–174. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/2455
- Sahir, S. H., Mardia, & Mistriani, N. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran* (1st Ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Sardiyanto, S. (2019). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Resto Kampoeng Banyumili Salatiga*. Thesis. Institut Agama Islam Negeri Salatiga. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/6745/>
- Sholikhah, A. F., & Hadita. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur*. *Jurnal Economina*, 2(2), 1–17.
- Simanjuntak, E. S. M., & Ardani, I. G. K. S. (2017). *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumenuber Taksidi Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 874. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i02.p12>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd Ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (1st Ed.). Bogor: IPB PRESS.
- Supriatna, L. P. (2018). *Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Kasus Di S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)*. Universitas Pakuan. <http://eprints.unpak.ac.id/5429>
- Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran* (1st Ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality And Customer Satisfaction* (5th Ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Trisanti, P. R., Asiyah, S., & Slamet, A. R. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Indogrosir Malang*. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 69–82. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/13958>
- Wahyu, P. C. (2018). *Pengaruh Promosi, Kualitas, Harga, Dan Brand Imageterthadap Kepuasan Konsumen Produk Aqua*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. <https://repository.usd.ac.id/32859/>
- Wijaya, A., Fathurrohman, Y. E., & Akbari, S. E. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran Analisis Dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Wijayanto, T., Rahadhini, M. D., & Sumaryanto. (2018). *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(3), 370–378. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/2809>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2016). *Services Marketing : People, Technology, Strategy*. USA: World Scientific Publishing.
- Wistara, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Kasus Pada Indomaret Jl.Wijaya Kusuma No.11b Jember)*. Skripsi. Universitas Jember. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/93602>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>

- Wulandari, E. N., & Sulistyawati, L. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur)*. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 1–16. <https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/6182>
- Zaputera, H., Amri, & Radiansyah, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Stie Pertiba Pangkalpinang*, 5(2), 34–52. <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/79>

