

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2018). *Strategic Market Management* (11th ed.). Lise Johnson .
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Afsyah, D. K. Al, & Santosa, Drs. S. B. (2022). Pengaruh Kenyamanan Layanan, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Indonesia Di Wilayah Semarang). *Diponegoro Journal Of Management, Vol. 11, No. 3, 1*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Apriliani, R. Aj. EP. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal PPKM, Vol. 6, No. 2*, 112–121.
- Chatime Indonesia. (2011). *Tentang Chatime Indonesia*. <https://chatime.co.id/aboutus>
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang)*. www.motorbloginfo.wordpress.com
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
- F&B Indonesia. (2022). *Tentang F&B Indonesia*. <https://fbindonesia.com/about>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap Dan Pemasaran*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris, 3/E*. Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2020). *Management* (12th ed.). Cengage Learning.
- Hakim, I. N., & Nuryanto, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon di Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan, 1(2)*, 10–16. <https://journal.sinov.id/index.php/jurimbik/page10>
- Hornby, A. S. (2015). *Oxford Advanced Learner's Dictionary Of Current English*. Oxford University Press.
- Kanwar, A., & Huang, Y.-C. (2021). Indian Females Inclination towards Cosmetic Brands Purchase Intention Influenced by Celebrity Endorsement through Perceived Quality and Brand Trust. *Review of Integrative Business and Economics Research, 11(3)*.
- Kawan Lama Group. (2022, April 28). *Perjalanan Kawan Lama Group Dalam Mengembangkan Pilar Bisnis Food & Beverage*. <https://www.kawanlamagroup.com/article/perjalanan-kawan-lama-group-dalam-mengembangkan-pilar-bisnis-food-beverage>
- Kim, R. B., & Chao, Y. (2019). Effects Of Brand Experience, Brand Image And Brand Trust On Brand Building Process: The Case Of Chinese Millennial Generation Consumers. *Journal of International Studies, 12(3)*, 9–21. <https://doi.org/10.14254/2071>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lai, P. L., Jang, H., Fang, M., & Peng, K. (2021). Determinants Of Customer Satisfaction With Parcel Locker Services In Last-mile Logistics. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 38(1), 25–30. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2021.11.002>
- Lovelock, C. H., Patterson, P., & Wirtz, J. (2015). *Services Marketing : An Asia-Pacific And Australian Perspective* (6th ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Kobis.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS). *Jurnal Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 391–402.
- Nissi, Y. El, & Budiono, H. (2019). Kepercayaan Merek Sebagai Mediator Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek. <https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/JMDK/Article/View/5375/3424>, 1.
- Noegroho, O. A., Suharyono, & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Noralarai, M., Rangga, Y. D. P., & Aurelia, P. N. (2023). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Ikan Di Pasar Wuring. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(5), 267–277. <https://doi.org/10.54066/jikma-itb.v1i5.834>
- Permono, V. R., & Pasharibu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promositerhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, Vol. 4, No. 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.xxx>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen : Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahmawati, N. D., Arifin, R., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Citra Merek, Brand Trust, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bago Tulungagung). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 9(8). www.fe.unisma.ac.id
- Ramadhani, P. D., & Suharyanto. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Di Kedai ES.Teh Indonesia Mojokerto. *Journal of Sustainability Business Research*, 4(3).
- Ramadhoni, Z., & Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Varian Produk, Harga, Endorser Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Geprek Benu Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1, 9–20.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Hikam Pustaka.
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. Vol.2 No.3, 305.
- Setiawati, D., Oktavia, R., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Wall's di Lotte Grosir Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 595–605. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Simamora, B. (2019). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Universitas Terbuka.
- Situmorang, H. D. (2020). *Kaum Milenial Jadikan Boba Gaya Hidup Terkini*. <https://www.beritasatu.com/news/683533/kaum-milenial-jadikan-boba-gaya-hidup-terkini>.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan)*. Alfabeta.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran : Konsep Memenangkan Persaingan*. CAPS.
- Susianti, N. D. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya (Studi Kasus pada Kedai Kopi Janji Jiwa Royal Plaza Surabaya)*.
- Syach, N. F., & Prawoto. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Cibubur. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik edisi 3* (i). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian Edisi Terbaru*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2017). *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. Andi.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300–312.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Insania.
- Wijiyanty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Epigram*. www.statista.com,
- Wisnawa, I. M. B., Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). *Brand E-Marketing Pariwisata*. CV BUDI UTAMA .
- Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th edition)*. (7th edition). McGraw-Hill Education.