

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, S. T., Suroso, A., & Afif, N. C. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement on Brand Image in Determining Purchase Intention. *Journal of Accounting, Business and Management (JABM)*, 27(2), 60. <https://doi.org/10.31966/jabminternational.v27i2.700>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>
- Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 797–804. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.166>
- Alwi M. (2020). pengaruh social media marketing dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada cafe meuligoe kupi atjeh). *UNINUS Publikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi - FIKOM*. <https://fikom.uninus.ac.id/publikasi-mahasiswa-ilmu-komunikasi/>
- Alwi, M. (2020, November). Pengaruh Social Media Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Meuligoe Atjeh). *Repository Universitas Islam Riau*. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/14823>
- Anggraeni, R., & Djuwita, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445–455. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1218145&val=10544&title=ANALISIS PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG MENGGUNAKAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI>
- Anugerah, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Delima Pekanbaru. *Repository Universitas Islam Riau*, 1–110. <https://repository.uir.ac.id/14194/1/185210123.pdf>
- Auliya, S. P. (2021). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, d, 18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7577>
- Elvita, D., & Suhaeni, T. (2017). Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.544>

- Firmata, G. (2020, September). Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas negeri semarang 2020. *Repository UNNES*, 18–30. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/37918>
- Helmi, S., & Lufti, M. (2014). *Analisis data* (3rd ed.). Researchgate. https://www.researchgate.net/profile/Syafrizal-Helmi/publication/353072388_ANALISIS_DATA/links/60e6b68030e8e50c01ec2416/ANALISIS-DATA.pdf
- Hongdiyanto, C., & Homan, H. (2020). Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Revisit Intention Pengunjung Di Ciputra World Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(2), 50–64. <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i2.65>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Kolonio, J., & Soepono, D. (2019). Effect of Service Quality, Trust, and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty on Cv. Marine Fiberglass Facilities. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Laily, I. N. (2022). “*Pengertian Penelitian Deskriptif; Ciri-Ciri; Jenis; dan Pelaksanaannya.*” *Katadata*. <https://katadata.co.id/iftitah/berita/624689b762261/pengertian-penelitian-deskriptif-ciri-ciri-jenis-dan-pelaksanaannya>
- Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement , Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Management*, 10(6), 1–15.
- Meithina, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (P. Unitomo (ed.); pertama). *Repository UNITOMO*. <http://repository.unitomo.ac.id/id/eprint/2773>
- Mubarok, A., Hamzah, Y. S., Lestari, U. P., Malik, A., Negara, P., Wachid, A., Aziz, N., Putra, D. P., Tradisional, J., Bambu, U., Desa, D. I., Probolinggo, K., Rachmawati, D. A., Shije, P. R., & Fatwa, K. S. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Sumberbendo , Kecamatan. *Jurnal Bina Desa*, 1(2017), 234–241. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa/article/view/31806>
- Nur’aini, A. (2020, January). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Aksesori. *Repository UIN SUKA*. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/38762>
- Rahayu, N., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone OPPO

(Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Mataram). *Sekolah Tinggi Ilmu Indonesia*.

- Ratnawati, P. (2019). Pengaruh Event Marketing terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu All New Terios (Studi Masyarakat di Kota Bandung Tahun 2019). *E-Proceeding of Applied Science, Vol.5(No.3)*, 689–696.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); vii). karya bakti makmur.
- Sauba, Y. K., Mangantar, M., & Wangke, S. J. C. (2021). the Influence of Lifestyle and Social Media Marketing on Customer Loyalty Loyalty of Beauty Studios in Manado. *1402 Jurnal EMBA, 9(1)*, 1402–1410.
- Sekar, M., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelolaan Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi, 21(3)*, 308–315. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/608/583>
- Setiawati, C. I., & Meitasari, V. T. (2020). Analisis event marketing dan keputusan pembelian produk fashion lokal dikalangan pengunjung KICKFEST Bandung. *Al Tijarah, 6(2)*, 97. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i2.5334>
- Setyawati, M. (2015). Penggunaan Maudy Koesnaedi sebagai Celebrity Endorser dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x terhadap Brand Image L'oreal di Surabaya. *Jurnal E - Komunikasi, 3(1)*, 1–12. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/3826/3544>
- Sharon, F., Meilinda, L., & Iskandar, V. (2018). Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Dan Cafe Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, 390–404*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/7504>
- Sofiah, R., Suhartono, S., & Hidayah, R. (2020). Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (Stm) Sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan, 7(1)*, 1–18. <https://doi.org/10.25134/pedagogi.v7i1.2611>
- Sugiarto, E. (2016). Analisis Emosional, Kebijakan dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonasi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Universitas Islam Lamongan, 147(2502–3780)*, 11–40.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). Instrumen Penelitian. In *Journal Academia*. <http://repo.mahadewa.ac.id/id/eprint/1742/1/1>. Buku Instrumen Penelitian.pdf
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing

Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>

Tohari, A. (2016). *Bahan Ajar Praktikum spss 21.0. Mkb 7056*, 1–101.

Triandewo, M. A., & Yustine. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>

Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*.

Widyaningrum, I. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HOTEL LUMINOR MANGGA BESAR JAKARTA BARAT. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX.

Wiza, T., & Suryawardani, B. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt . Dealpro Indonesia Tahun 2020 the Effect of Event Marketing on Consumer Loyalty on Pt . Dealpro Indonesia Year 2020. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 2809–2817.