

DAFTAR PUSTAKA

- Abil Das, S. V, & Ravi, N. (2021). A Study on the Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction. In *Finance and Management* (Vol. 3, Issue 1).
- Afif, M., & Ramadhan, F. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online GOJEK di Kota Malang*.
- Ageng Budi Lestari, Musfiana, Ruaida, & Raihani. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada permasi textile gampong baru banda aceh*.
- Ambarwati, V., Mathori, M., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Rocket Chicken di Kota Yogyakarta). *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 621–630. <https://jipeds.org/index.php/JSE>
- Astuti, R., Ardila, I., Rahman Lubis, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Sumatera Utara Jl Kapten Muktar Basri No, U. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes* (Vol. 2, Issue 2).
- Dhasarathi, S., & Kanchana, P. N. (2020). Article ID: IJM_11_12_364 Cite this Article: S. Dhasarathi and P.Na. Kanchana, Branding towards Customer Loyalty on Apparels by the Customers of Selected Cities of Tamil Nadu. *International Journal of Management (IJM)*, 11(12), 3890–3898. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.12.2020.364>
- Endang Lestari, Lubis, A. N., & Sembiring, B. K. F. zeea. (2025). The Influence of Customer Experience, Brand Image, and Price Perception on Customer Loyalty through Customer Satisfaction of Gojek Users at Universitas Sumatera Utara. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(1), 21–36. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i1.12713>
- Fifin Anggraini, & Anindhya budiarti. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen GOJEK*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>

- Fonda, B. F., Lubis, A. N., & Fawzee Sembiring, B. K. (2022). The Influence of Brand Experience and Customer Satisfaction on Customer Loyalty with Customer Trust as Intervening Variable at Bakery and Cake Shop in Medan. *International Journal of Research and Review*, 9(4), 249–257. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220430>
- Haron, R., Abdul Subar, N., & Ibrahim, K. (2020). Service quality of Islamic banks: satisfaction, loyalty and the mediating role of trust. *Islamic Economic Studies*, 28(1), 3–23. <https://doi.org/10.1108/ies-12-2019-0041>
- Hindarwati, E. N., Nadjhary, A. S., Ranteg, C. W., & Panjaitan, S. M. (2023). PROGRAM MEMBERSHIP DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA FITNESS CENTER. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(2), 242–256. <https://doi.org/10.35760/eb.2023.v28i2.7482>
- Iglesias, O., Markovic, S., & Josep, R. (2018). How does sensory brand experience influence brand equity? Considering the roles of customer satisfaction, customer affective commitment, and employee empathy. *Journal of Business Research*, 96. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.043>
- Imam Ghozali. (2020). *Ghozali Imam, 2020 Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM spss 19*.
- Indrasari. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Iskak Hariyono, Widi Dewi Ruspitasari, & Yunus Handoko. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar Di Kota Surabaya Aulia Afra Destrina, P., Dermawan, R., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). The Effect of Satisfaction and Trust on Gocar Customer Loyalty in the City of Surabaya. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Khan, I., Fatma, M., Kumar, V., & Amoroso, S. (2021). Do experience and engagement matter to millennial consumers? *Marketing Intelligence & Planning*, 39(2), 329–341. <https://doi.org/10.1108/MIP-01-2020-0033>
- Kotler, P., Keller, Manceau, & Hemonnet-Goujot, A. (2016). Marketing Management 15th. In *Décisions Marketing* (Vol. 83).

- Lemeshow, S., & Lwanga, S. Kaggwa. (1997). *Sample Size Determination In Health Studies*. World Health Organization.
- Loresnia, S., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Gojek di Yogyakarta. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 816. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.934>
- Mahendra, K. P., Ratih, D., Program, I., Bisnis, M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV MITRA PERKASA UTOMO* (Vol. 7, Issue 1).
- Masitoh, D., & Kurniawati. (2023). PENGARUH BRAND EXPERINCE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI PERCEIVED QUALITY DAN BRAND TRUST PADA PENGGUNA E-WALLET DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1133–1146. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15620>
- Mia azzahra, Hilda, & Aryanti. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride (Studi Kasus Mahasiswa Aktif Di Kota Palembang)*. 2(2).
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). The customer retail app experience: Implications for customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102842. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102842>
- Nugroho J Setiadi. (2014). *Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen*.
- Omar, S., Mohsen, K., Tsimonis, G., Oozeerally, A., & Hsu, J.-H. (2021). *M-Commerce: The Nexus between Mobile Shopping Service Quality and Loyalty*.
- Perneger, T. V., Courvoisier, D. S., Hudelson, P. M., & Gayet-Ageron, A. (2015). Sample size for pre-tests of questionnaires. *Quality of Life Research*, 24(1), 147–151. <https://doi.org/10.1007/s11136-014-0752-2>
- Philip Kotler, & Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Pratiwi Sitorus Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Ulum Terpadu Medan Jl Tuasan No, A., & Utara, S. (2022). *ATTANMIYAH : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan*

- Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam* (Vol. 1, Issue 1). <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Putri Haykal, A., Febrilia, I., & Arvinta Monoarfa, T. (2023). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online* (Vol. 4, Issue 1).
- Putu Christika Agustini, N. (2024). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Pengaruh Brand Experience dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Aplikasi Gojek di Kota Surabaya. 1*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13119255>
- Rafika Ulfa. (2019). *VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN*.
- Ratih Purnamasari, Depy Muhamad Pauzy, & Ari Arisman. (2023). Pengaruh Brand Experience Dan E-Service Quality Terhadap Brand Loyalty (Survei Pada Konsumen Toko AnstheLabel Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 236–253. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i3.992>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Rusyd A.Siroj. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF PENDEKATAN ILMIAH UNTUK ANALISIS*.
- Safa Malina, L., Deviastri, L., & Yarsi, U. (2024). PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI HUBUNGAN BRAND EXPERIENCE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK MAKE OVER. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1, 4.
- Saputra, M. A., Octavia, A., Roza, S., & Sriayudha, Y. (2019). *Mahardika Ardaka Saputra, dkk: Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas dan Merek: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. 10*.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

- Schmitt, B., Zarantonello, L., & Brakus, J. (2009). Brand experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>
- Sembiring, V. A., Puspitasari, N. B., & Mt, S. T. (2023). *EVALUASI LAYANAN GOJEK MILIK PT. GOTO GOJEK TOKOKPEDIA TBK. DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL)*.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Siregar, N. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Toko Abang-Adik. *Jurnal Benefita*, 4(2), 363. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i2.1555>
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sunaryo, N. F., & Tjandra, A. K. (2014). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK KOMPONEN BRAND EXPERIENCE DI PLATINUM GRILL SURABAYA*.
- Sutiyem. (2022). *Pengaruh brand image dan brand experiences terhadap customer loyalty jasa Go-jek*.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. <https://andipublisher.com/produk/detail/pemasaran-esensi-dan->
- Walukow, V., Ellitan, L., & Suhartatik, A. (2021). *PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND EQUITY MELALUI COSTUMER COMMITMENT DAN CUSTOMER SATISFACTION PADA KEDAI KOPI ZXC DI SURABAYA*.
- Wardhana, A. (2024a). *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0-EDISI INDONESIA PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Wardhana, A. (2024b). *LOYALITAS PELANGGAN*. <https://www.researchgate.net/publication/382028695>
- Wulan Dari, S. (2019). *Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK di Surabaya*.
- Zusrony, E., & Kom, M. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*.