DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, A. F., & Susilowati, E.
(2021). *Pengaruhmediasicustomerengagementterhadapcustomerloyaltyfinal*.

Abror, & Trinanda, O. (2023). *Pengaruh Customer Engagement Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Bank Bri Unit Belimbing Padang)*. *December*. Https://Doi.Org/10.24036/Jmpe.V2i2.6676

Asrul. (2025). *Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Umkm Kota Kendari Di Era Digital*. *3*, 100–105.

Ayuningrum, T. (2021). *The Influence Of Brand Awareness, Customer Value And Trust Toward Loyalty Customer Bank Central Java Kcps Salatiga With Satisfaction As Intervening Variable*. *1*(2), 23–42.

Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2004). *Marketing Services: Competing Trough Quality*. Simon And Schuster.

Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, *19*(02), 226–233. Https://Doi.Org/10.25134/Equi.V19i02.4531

Budiman, F. (2020). Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, *2*(5), 142–166.

Chairy, P., Hartini, S., & Lubis, R. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness, Dan Customer Engagement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, *8*, 23–30.

Conny, Sinarwaty, & Bahar, H. (2026). *Pengaruh Customer Engagement Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Commitment Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Moderasi*. *18*(1), 107–118.

Darojat, A. R., & Lestari, W. D. (2024). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. *08*(04), 1–15.

Fadilla, N., Syahriza, R., & Harianto, B. (2024). *Pengaruh Promotion , Service Quality , And Customer Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Medan Pulo Brayan*. *10*(02), 1514–1523.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariative*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, L., Haryono, S., & Andreani, F. (2021). *Social Media Influencer , Brand Awareness , And Purchase*. *23*(1), 18–26. Https://Doi.Org/10.9744/Jmk.23.1.18

Haja, Muzakir, Ponirin, & Farid. (2025). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Jenis Kelamin Pada Mcdonald ' S Kota Palu*. *6*(4), 3216–3227.

Handayani Puspita Sari, S., Muhdir, I., Soegandar, D., Ghafur Wibowo, M., Ekonomi Syariah, M., Ekonomi Dan Bisnis Islam, F., Sunan Kalijaga, U., Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, D., Sitasi, S., & Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Di Yogyakarta, P. (2021). The Influence Of Psychological Factors On Sharia Stock Investment Decisions In Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(03), 1581–1593.

Hasanah, S. (2024). *Determinants Of Customer Loyalty In Sharia Commercial Bank Financing In The Semarang Area Corresponding Author : Author : Siti Hasanah How To Recite : Putri , A . T ., Widowati , M ., Hasanah , S . (2024). Determinants Of Customer Loyalty In Sharia Comm*. *20*(2).

Hendrarso, P., Pryo, H., Eva, L., & Wicaksono, H. (2026). *Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Online*. 7140–7151.

Hikmah, A. N. (2019). *Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Dengan Customer Satis*. 1–13.

Keller, K. L., & Keller, K. L. (2016). *And Brand Equity*. 7–20.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Ubfwtweacaaj

Lengkong, A. Prisilia, Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *11*(2).

Marta, E. E., & Trinanda, O. (2019). *Pengaruh Customer Engagement Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Bank Bri Unit Belimbing Padang) Regi Erlan Marta . Abror . Okki Trinanda Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. *2*(101), 156–164.

Nakane Dellia Kheny Muliawan, & Nina Nurhasanah. (2025). Pengaruh Advertising Awareness, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, *5*(1), 334–350. Https://Doi.Org/10.55606/Jimak.V5i1.5520

Nasution, F., Digital, B., Ekonomi, F., & Medan, U. N. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada*. *02*, 14–20.

Nur, A., Cahyani, P. D., & Ningrum, K. (2024). *Pengaruh Customer Engagement Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Attachment Dan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening*. *13*(04), 1092–1107.

Nurhidayati, S., Hanfan, A., & Sujarwo, M. (2025). *Pengaruh Customer Engagement, Customer Value, Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pelanggan Sarung Pohon Korma Tegal*. *8*.

Pangestika, A., & Abror, A. (2025). The Influence Of Customer Engagement And Relationship Marketing Orientation On Customer Loyalty In Gofood Services: The

Mediating Role Of Trust. *Journal Of Management And Administration Provision*, *5*(2), 262–274. Https://Doi.Org/10.55885/Jmap.V5i2.654

Revanza, A., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, B. (2025). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Erigo Di Bandar Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Brand Awareness Seba*. *3*(7).

Revanza, A., & Nurhayati, M. 2. (2025). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customerloyalty Dengan Brand Awareness Sebagai Variabelmediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam(Studi Kasus Pada Konsumen Erigo Di Bandarlampung). *Jurnal Media Akademik (Jma)*, *3*(7), 3031–5220.

Sari, L. N., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Surakarta, U. M. (2023). *The Effect Of Customer Experience On Repurchase Intention With Customer Engagement As An Intervening Variable*. *9*(2).

Sari, M. A., & Oviensy, V. (2019). *Ekonomi & Bisnis*. *18*.

Subadar, A. A. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Repurchase Intention (Study Kasus Pengguna Platfrom E-Commerce Shopee Di Kota Pasuruan)*. 1–15.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.

Syarifa, C., Kusuma, D., Hariansyah, M. A., & Pratama, I. (2025). *The Effect Of Service Quality And Digital Marketing On Consumer Loyalty Through Consumer Satisfaction As A Mediation Variable At Pt Pos Indonesia , Yogyakarta City*. *9*(1), 240–250.

Tegar Wijaya Suwardi, & Dony Oktariswan. (2025). Pengaruh Customer Engagement, Brand Trust, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Brand Executive. *Manabis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *4*(2), 140–150. Https://Doi.Org/10.54259/Manabis.V4i2.4434

Utomo, J., Nursyamsi, J., Sukarno, A., Ekonomi, F., Gunadarma, U., Ekonomi, F., Gunadarma, U., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2023). Analisis Pengaruh Produk , Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online. *Jurnal Jekma Vol. 2 No. 1 Februari 2023*, *2*(1), 100–116.

Valenfani, Febri, C., & Megawati, L. (2024). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Semen Tiga Roda*. *10*(1), 197–204.

Wilujeng, S. R. (2014). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Journal Of Advanced Multidisciplinary Research*, *2*(2), 78.