

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. Natalia and R. Erdiansyah, “Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan terhadap Brand Image GOJEK,” *Prologia*, vol. 4, no. 2, p. 221, 2020, doi: 10.24912/pr.v4i2.6481.
- [2] R. R. Luthfiana and D. Purworini, “Pengaruh Brand Ambassador Dan Social Media Instagram @Npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure,” *Npure. Commun.*, vol. 5, no. 1, pp. 372–397, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/Communications5.1.5>
- [3] Q. R. Hana, “Pengaruh Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Purwokerto),” *J. Eng. Res.*, 2023.
- [4] H. Ratnanto, S.R. & Purnomo, “Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan ‘Soto Dok Lamongan’ Nganjuk,” *J. Pros. Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akunt.*, vol. 5, 2020.
- [5] C. N. Maulida and A. D. Kamila, “Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen,” *Kinesik*, vol. 8, no. 2, pp. 137–145, 2021, doi: 10.22487/ejk.v8i2.154.
- [6] R. Ilviendri and D. K. Sari, “Pengaruh Rebranding Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pemirsa Tvri Kota Padang),” *J. Menara Ekon. Penelit. dan Kaji. Ilm. Bid. Ekon.*, vol. 7, no. 1, pp. 77–89, 2021, doi: 10.31869/me.v7i1.2537.
- [7] R. Fauzia, “Rebranding Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Dalam Menyasar Generasi Millennial Dan Zillennial,” *J. Ilm. Wahana Bhakti Praja*, vol. 11, no. 2, pp. 175–188, 2021, doi: 10.33701/jiwbp.v11i2.1522.
- [8] S. A. Harris and I. M. Soenhadji, “Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Aplikasi Food Delivery Dengan Menggunakan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen,” *J. Ilm. Ekon. Bisnis*, vol. 27, no. 3, pp. 418–432, 2022, doi: 10.35760/eb.2022.v27i3.4970.
- [9] J. Badri and T. S. R. Safitri, “Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang,” *Procur. J. Ilm. Manaj.*, vol. 9, no. 4, pp. 372–380, 2021, doi: 10.35145/procuratio.v9i4.1377.
- [10] R. dan Sudarmiati, “Pengaruh Influencer di Media Sosial terhadap Minat,” *Int. J. Sci. Technol. Manag.*, vol. 3, pp. 744–753, 2022, doi: <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i3.519>.
- [11] M. A. Pramesti and U. Chasanah, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai

- Variabel Mediasi,” *J. Bina Bangsa Ekon.*, vol. 14, no. 2, pp. 281–287, 2021, doi: 10.46306/jbbe.v14i2.76.
- [12] Lutfhiandry, “Pengaruh produk rebranding terhadap kepuasan konsumen pada produk rafiza fried chicken yang dimediasi oleh variabel citra merek,” pp. 94–95, 2022.
- [13] B. A. Bamfo, C. S. K. Dogbe, and C. Osei-Wusu, “The effects of corporate rebranding on customer satisfaction and loyalty: Empirical evidence from the Ghanaian banking industry,” *Cogent Bus. Manag.*, vol. 5, no. 1, 2018, doi: 10.1080/23311975.2017.1413970.
- [14] Y. Kristanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 13–22, 2022, doi: 10.21831/jim.v19i1.50173.
- [15] O. Pasionus and K. A. Agus, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta,” *Pasionus Any Agus Kana*, vol. 2, no. 2, pp. 197–216, 2021.
- [16] R. Zahara, “Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening,” *J. Manaj. Strateg. dan Apl. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 31–38, 2020, doi: 10.36407/jmsab.v3i1.121.
- [17] A. Salsabeela and H. R. Putro, “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Customer Loyalty Melalui Variabel Customer Satisfaction Pada Konsumen Skincare Di Indonesia,” *J. Manaj. Pemasar. Dan Perilaku Konsum.*, vol. 02, no. 3, pp. 743–754, 2023.
- [18] N. A. Al Awwaliyah, W. Krisnawati, and A. Saepuloh, “Pengaruh Rebranding, Persepsi Kualitas, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Cipta Giri Sentosa.,” *VISA J. Vis. Ideas*, vol. 4, no. 1, pp. 333–351, 2024, doi: 10.47467/visa.v4i1.2000.
- [19] O. B. C. Tymurani, “Pengaruh Rebranding terhadap Loyalitas Konsumen dengan Mediasi Citra Perusahaan (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Gojek di Salatiga),” *Univ. Kristen Satya Wacana*, p. 6, 2021.
- [20] Sari Dewi Irana and Hasyim, “Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee,” *J. Mhs. Manaj. dan Akunt.*, vol. 1, no. 2, pp. 06–20, 2022, doi: 10.30640/jumma45.v1i2.294.
- [21] T. A. Harwati, A. Nayomi, L. Arifiana, R. Kamila, and P. Pakarti, “Kepuasan Konsumen sebagai Pemeditasi Pengaruh Brand Ambassador dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen,” *J. Akuntansi, Manaj. dan Ekon. Digit.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–11, 2024, [Online]. Available: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- [22] Y. L. Putri and H. Utomo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi

- Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa),” *Among Makarti*, vol. 10, no. 19, pp. 70–90, 2017, doi: 10.52353/ama.v10i1.147.
- [23] R. A. Sularso, “Pengaruh Service Quality, Brand Image, Brand Equity Dan Corporate Rebranding Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Transmart Indonesia,” *BISMA J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 14, no. 3, p. 191, 2020, doi: 10.19184/bisma.v14i3.20737.
- [24] A. Hermawati, “Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *J. Manaj. dan Pemasar. Digit.*, vol. 1, no. 1, pp. 14–28, 2023, doi: 10.38035/jmpd.v1i1.18.
- [25] F. Fatmawati and A. S. Lubis, “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pusat Pasar Kota Medan,” *J. Muhammadiyah Manaj. Bisnis*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.24853/jmmb.1.1.1-10.
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 27th ed. alfabeta, 2022.
- [27] Bahijah, Sitti Nur Suraya Ishak, Nuniek Rahmatika, and Aghniawati Ahmad, “Wasathiyah Islam Di Era Disrupsi Digital (Pendidikan Nilai-Nilai Wasathiyah Islam Dalam Bersosial Media Di Kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z),” *Edukasi Islam. J. Pendidik. Islam*, vol. 11, no. 1, pp. 15–26, 2022, doi: <https://doi.org/10.30868/ei.v11i4.3544>.
- [28] M. Sarstedt, C. M. Ringle, J. F. Hair, G. T. M. Hult, N. P. Danks, and S. Ray, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, no. July. 2022. doi: 10.1007/978-3-030-80519-7.
- [29] E. Anggriana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Tenaga Paramedis Dan Kelengkapan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap ...,” *Tugas Akhir Univ. Terbuka Jakarta*, 2019, [Online]. Available: <http://repository.ut.ac.id/7662/1/43073.pdf>
- [30] D. R. Putri, “No Pengaruh Risiko Bisnis, Investment Opportunity Set, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Dengan Variabel Intervening Struktur Modal,” p. 34, 2020.
- [31] M. Makbul, “Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian,” *preta*, vol. 7, no. 3, p. 6, 2021, doi: <https://doi.org/10.31219/osf.io/svu73>.
- [32] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 2019.
- [33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2019.
- [34] K. D. Anggraini, “Penerapan Sem-Pls Dan Analisis Mediasi Dalam Menentukan Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia Di Provinsi Lampung Tahun 2016,” *J. Ilmu Pendidik.*, vol. 7, no. 2, pp. 809–820, 2019.
- [35] R. S. H. dan S. M. Anwar, *Struktur Equation Modeling (SEM)*, vol. 11, no. 1. 2019. [Online]. Available: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319->

59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/

- [36] A. Ramdhasuma, "Sejarah Gojek dan Perkembangannya dari Masa ke Masa," unsplash.com. [Online]. Available: <https://kumparan.com/berita-terkini/sejarah-gojek-dan-perkembangannya-dari-masa-ke-masa-1zAYkqSP4I8/full>
- [37] I. Rezkisari, "Nadiem Makarim Bagi Cerita Soal Awal Mula Gofood," Republika. [Online]. Available: <https://ameera.republika.co.id/berita/p2fro6328/nadiem-makarim-bagi-cerita-soal-awal-mula-gofood>