

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriy, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682-693.
- Alpian, V. S., & Yatri, I. (2022). Analisis Kemampuan Membaca Pemahaman pada Siswa Sekolah Dasar. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(4), 5573 - 5581.
- Annur, C. M. (2024). *10 Provinsi dengan Penduduk Paling Gemar Membaca 2023, Yogyakarta Teratas*. databoks.
- Aprileny, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 39-47.
- Arini, E. K. (2023). Pengaruh Penggunaan Influencer Media Sosial dalam Pemasaran Film. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*.
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 946.
- Awali, F. P. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY: PERAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy di Wilayah Jawa Tengah). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1-15.
- Berlian, M., Vebrianto, R., & Thahir, M. (2021). Development of Webtoon non-test instrument as education media. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 10(1), 185-192.
- Dallacqua, A. K. (2022). Reading Comics Collaboratively and Challenging Literacy Norms. *Literacy Research and Instruction*, 59(2), 169-190.
- Dikriansyah, F. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna T-Cash di Universitas Brawijaya). *Biomass Chem Eng*.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., . . . & Wang, Y. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research. *International Journal of Information*, 59.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PRORGAM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glenardy, M. (2016). Analisis Pengaruh Brand Community terhadap Loyalitas Merek pada Toyota Agya Club Luwuk Banggai. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 3(12019), 1-23.

- Hadi, A. S. (2021). The influence of product attribute, promotion mix, distribution channel, and price toward repurchase intention on iPhone. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 95-104.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hatfield, C., & Sanders, J. S. (2017). Bonding Time or Solo Flight?: Picture Books, Comics, and the Independent Reader. *Children's Literature Association Quarterly*, 42(4), 459-486.
- Iglesias, O., Markovic, S., & Rialp, J. (2019). 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, 343-354.
- Iman, A. A., & Kurniawati. (2023). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediator Pada Produk Fashion Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 543-560.
- Kartika, R., & Taufiq, A. (2023). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Promosi yang Efektif Studi Kasus Usaha Kebab di Wonokerto. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(4), 39-50.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, Global Edition* (16 ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.
- Kurniawati, A. &. (2022). Strategi Promosi Penjualan pada Marketplace Shopee. *Propaganda*, 2(1), 65-79.
- Lapudooh, A. A., Kurniawati, M., Dhae, Y. K., Fanggidae, R. P., & Manajemen, P. (2024). Pengaruh Brand Community terhadap Loyalitas Merek Pengguna Motor Honda Beat pada Komunitas Club Beat Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 271-280.
- Malaka, K. P. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Komitmen terhadap Displim. *Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3.
- Mardhiyah, K. A., & Astuti, S. R. (2021). PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus pada Pelanggan GoFood di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1-12.
- Mei, A., Rahayu, N. K., & Ritonga, R. (2021). Pengaruh Brand Reputation dan Brand Experience terhadap Trust in a Brand serta Pengaruhnya pada Loyalitas Pelanggan. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 44-50.
- Muhamad, N. (2023). *Nilai Budaya Literasi Indonesia Naik pada 2022, Ini Trennya Empat Tahun Terakhir*. databoks.
- Muhamad, N. (2023). *Survei: Mayoritas Orang Indonesia Lebih Suka Baca Buku Lewat Smartphone*. databoks.

- Myristica, N., & Indraswari. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek dan Kesesuaian Diri pada Loyalitas Merek dengan Keterikatan Merek sebagai Pemediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ekobil)*, 1(2), 87-94.
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. CV. SARNU UNTUNG.
- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Osei-Frimpong, K., McLean, G., Islam, N., & Appiah Otoo, B. (2022). hat drives me there? The interplay of socio-psychological gratification and consumer values in social media brand engagement. *Journal of Business Research*(146), 288-307.
- Rahayu, S. W., & Pradana, B. I. (2017). Penggunaan Storytelling Dalam Iklan LINE Webtoon Pada Sikap Pengguna. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2), 1-17.
- Rohmad, Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Influence Of Brand Image, Promotion And Trust On Customer Loyalty At Bank BSI Nagoya Batam Branch. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2385-2392.
- Rotinsulu, E., Sumayku, S., & Sambul, S. (2015). Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 2(029), 1302.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11 ed.). Pearson Education.
- Senjaya, S., Sriati, A., Maulana, I., & Kurniawa. (2022). Dukungan Keluarga pada ODHA yang Sudah Open Status di Kabupaten Garut. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swandia, I., Wibawab, A. P., Pradanac, G. K., & Suarkad, I. (2020). The Digital Comic Tantri Kamandaka: A Discovery for National Character Education. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(3).
- Utami, S. W., & Rorini, S. V. (2023). Analisis Pengaruh Product Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Skincare Avoskin. *Jurnal MANOVA*, 6(2), 20-26.
- Wardani, L. I., & Wiyadi, W. (2023). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kecintaan Merek. *Among Makarti*, 16(2), 105-122.
- Wirtz, J., Lovelock, C. H., & Chew, P. (2018). *Essentials of Services Marketing* (3 ed.). Pearson Education Limited.
- Yeremia, M., Dharta, F. Y., & Ramdhani, M. (2024). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Menonton: Studi Kasus Film “Mencuri Raden Saleh.”. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 541-546.