

DAFTAR PUSTAKA

- Anuraga, G., Indrasetianingsih Artanti, & Athoillah, M. (2021). *Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R*.
- Armananti, S. H., & Asteria, D. (2019). Partisipasi Anggota dan Pemanfaatan Instagram dalam Interaksi Komunitas Brand Ria Miranda. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 155. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5266>
- Atha, M., Rafif, A., & Kholid Mawardi, M. (2017). PENGARUH INTERNATIONAL BRAND IMAGE, BRAND COMMUNITY, BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Komunitas Modern Vespa Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 50, Issue 5).
- Attaqi, H. R., & Setyawan, A. A. (2023). THE INFLUNCE OF BRAND COMMUNITY AND COMMUNITY ENGAGEMENT IN BUILDING BRAND TRUST: EMPIRICAL AT YESZY.MFG. In *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 4, Issue 2).
- Azizah, N. (2022). STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN. In *Pusdansi.org* (Vol. 2, Issue 6).
- Calvin Christian, H. (2020). *Pengaruh Brand Community Affect dan Brand Community Trust Terhadap Brand Community Commitment dan Brand Loyalty pada Komunitas Motor Matic Honda Surabaya*.
- Cheng, F. F., Wu, C. S., & Chen, Y. C. (2020). Creating customer loyalty in online brand communities. *Computers in Human Behavior*, 107, 105752. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2018.10.018>
- Creswell, J. W. (2019). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*.
- DR. H. Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Earl R. Babbie. (2020). *The Practice of Social Research*. Cengage AU, 2020.
- Emilia Kurniawati, & Sulastri Rini Rindrayani. (2025). Pendekatan Kuantitatif dengan Penelitian Survei: Studi Kasus dan Implikasinya. *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 3(1), 65–69. <https://doi.org/10.62383/sosial.v3i1.596>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat ((edisi ke-10))*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huang, T. K., Wang, Y. T., & Lin, K. Y. (2022). Enhancing brand loyalty through online brand communities: the role of community benefits. *Journal of Product and Brand Management*, 31(5), 823–838. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3027>
- Jayanti, E., & Pratama, N. (2020). *PENGARUH DIMENSI BRAND COMMUNITY TERHADAP PURCHASE INTENTION (Studi kasus Mi Fans Indonesia)*. <https://c.mi.com>
- Kumayas, F., Kumenaung, A., & Siwu, H. (2024). *PENGARUH JUMLAH PENDUDUK, TINGKAT PENDIDIKAN DAN TINGKAT PENGANGGURAN TERHADAP KEMISKINAN DI KABUPATEN MINAHASA*.
- Lapudooh, A. A., Kurniawati, M., Dhae, Y. K. I. I. D., Fanggidae, R. P. C., & Manajemen, P. (2024). *PENGARUH BRAND COMMUNITY TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA MOTOR HONDA BEAT PADA KOMUNITAS CLUB BEAT KUPANG*. *The Influence Of Brand Community On The Brand Loyalty Of Honda Beat Motorcycle*

- Users In The Kupang Club Beat Community. Koresponden: a) albertalanlapudooh@gmail.*
- Purwanti, I., & Edy Wibowo, S. (2019). *KOMUNIKASI KELOMPOK KOMUNITAS TDA (TANGAN DI ATAS) DALAM MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA ANGGOTA TDA WILAYAH SAMARINDA*. 7(3), 42–56.
- Putri, H. C., & Saputri, M. E. (2024). ANALISIS PENGARUH BRAND COMMUNITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY (STUDI KASUS PADA RUBI COMMUNITY AVOSKIN DI KOTA BANDUNG). *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(2).
- Sanaky, M. M., Saleh, Moh. La, & Titaley, D. H. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH*.
- Sebastian Rudi, W., Agus Pranoto, Y., & Xaverius Ariwibisono, F. (2023). PENERAPAN METODE REGRESI LINIER DALAM PERAMALAN PENJUALAN KUE DI TOKO KARYA BAHARI SAMARINDA BERBASIS WEBSITE. In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 7, Issue 4).
- 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.
- Sonjaya, R. P., Rahma Aliyya, F., Naufal, S., & Nursalman, M. (2025). *Pengujian Prasyarat Analisis Data Nilai Kelas: Uji Normalitas dan Uji Homogenitas*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (Ed.)). Penerbit Alfabeta.
- Syahwitri Suci, S., & Dianita Angga. Indria. (2024). *Pengaruh Brand Community Wardah Youth Ambassador Terhadap Brand Trust Wardah*.
- Syauqi, R. I., Yulianti, D., Dakwah, J. M., Tinggi, S., Dakwah, I., Komunikasi, D., Ar, I., & Surabaya, R. (2023). STRATEGI PRODUK KAJIAN AFTERWORK MASJID AL LATHIIF BANDUNG. *Jurnal Manajemen Dakwah*, XI(2), 348–363. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd>
- Wahyuni, Y., Wibisono, K., & Manajemen Administrasi Daerah Istimewa Yogyakarta, A. (2023). *Brand Community dalam Meningkatkan Loyalitas Merek pada Sepeda Motor Yamaha Vixion Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta* (Vol. 10, Issue 2).
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wisnawa, B. M. i, Prayogi, A. P., & Sutapa, K. I. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan*. Deepublish.
- Yusuf Kurniawan, A., & Yoga Prasetyawan, Y. (2019). *Knowledge Sharing Antar Peternak pada Komunitas Lovebird Semarang*.