

## DAFTAR LITERATUR

- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335.
- Agustine, J., dan Koeshartono, D. (2014). Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi.
- Alharbi, A. H., & Alhider, I. H. (2018). The Impact of Customer Satisfaction and Loyalty on E-Marketing: Moderating Effect of Perceived Value. *Journal of Marketing and Customer Research*. Vol. 46, 70-77.
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.
- Andi Andika Wirawan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Lamuna Coffee Di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi dan Manajemen* (15-26).
- Ardiyansah Japlani. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Di Kota Metro Lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*. Vol. 14.
- Assauri, Sofjan. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Azizah. (2019). Governance Dan Intellectual Capital Terhadap Islamicity Performance Index Di Bank Umum Syariah. Repository Upi.
- Badri, Markoni. (2011). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis ke-VI*.
- Cardia, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762-6781.
- Chusnul Rofiah. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* Vol. 12 No. 1
- Darmawan, P. & Wayan, E. (2017). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2076-2104.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset

- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Handoko. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakart: Badan Penerbit IPWI.
- Hatta, I. H., Rachbini, W. & Derriawan. (2018). Brand Image Analysis, Promotion, Satisfaction and Customer Loyalty. *IOSR Journal of Business and Management, Vol. 20, Issue. 12, pp 50-55*.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Cetakan pertama bandung:alfabeta
- Irwansyah A. & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction ada Toko Online Buka Lapak. *J-MAS: Jurnal Manajemen dan Sains, 3(2), 12-19*.
- Kelin Parlin Queen. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah. *Jurnal Sinomika Vol (1), No.3*.
- Kotler, Amstrong, (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition* England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K, L. (2019). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ketiga belas*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- Maulidia Adinda Pramesti. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika Vol. 14 No. 2*
- Pardede dan Manurung. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Rahadi, D.R., (2013), Pengaruh Karateristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Binis, Vol. 5, No. 7*.
- Rita Mardiana. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Hotel X Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol 8. No.1*.

- Saleh dan Said. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis Volume 5 Nomor 2 Edisi Oktober*. Hlm 25.
- Santoso.J.B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akutansi Dan Manajemen*. 16(01), Hal.127-146.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: CV Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)
- Suparyanto, Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. Bogor: In Media.
- Suwarto. (2020). Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saus Lombok Mas Pada Cv. Indosari Lombok Mas Di Lampung Tengah. *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 2 (1), 59.
- Thungasal, C. E. & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Jurnal Ilmu Manajemen* 7(1), 12-19.
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Stikukbank*.
- Tjiptono ,Fandy. (2014). Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian. Edisi ke-3 Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Wijaya, T. (2015). Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1. Indeks. Jakarta intentions in online shopping: An integration of justice, technology, and trust. *International Journal of Information Management*, 33(1), 166-176.
- Zahara, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.