

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Berdampak Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Kreatif*, 44-54.
- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ke 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Lesmana, R., & Hasbiyah, W. (2019). Model Analisis Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167.
- Lesmana, R., Widodo, A. S., & Sunardi, N. (2020). The Formation of Customer Loyalty From Brand Awareness and Perceived Quality through Brand Equity of Xiaomi Smartphone Users in South Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 1-12.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CVAlfabeta.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-
19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- <https://www.neliti.com/publications/29793/pengaruh-dimensi-kualitas-produk-terhadap-minat-beli-konsumen-gelamai-merk-erina>
- Hasibuan, R. M., Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., M., & Armansyah Lubis, S.E., M. . (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Prabantara, D. M. (2019). The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as intervening variable in Pandanaran University, Semarang. *Proceeding: International Conference on Business, Economics and Governance (ICBEG), 2011*, 59–70.
- Praditya, D., Avianto, & Astuti, R. T. (2018). The Impact of Service Quality, Customer Perceived Value, and Brand Experience on Loyalty With Customers

Satisfaction as Intervening Variable (A Study on Lion Air Customers in Java). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 69–79. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Qomariah, N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 04(10), 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>

Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>

Kotler dan Keller. (2016). Pengertian kualitas pelayanan dan macam macam dimensi kualitas pelayanan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.

Jannah, R., Mappatempo, A., & Haanurat, I. (2019). The influence of product quality and promotion on customer satisfaction and its impact on customer loyalty PT. Mahakrya Sejahtera Indonesia. *Prosiding The 3rd Konferensi Internasional Tentang Akuntansi, Bisnis & Ekonomi*, 7, 201–206.

Memperoleh, G., Sarjana, G., Jurusan, E., & Surakarta, U. M. (2021). *TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN “ IN N ’ OUT FITNESS ” SURAKARTA KHAIRUL DAKA*.

MARIA, W. (2012). PENGARUH KUALITAS RELATIONSHIP MARKETING-ORIENTED PROMOTION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI SURABAYA DAN SIDOARJO. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.33508/jumma.v1i1.74>

Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada CV. Jaya Utama Teknik Di Kabupaten Badung*, 1(4), 1279–1291. <https://eprints.umm.ac.id/79845/>

Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

- Rosada, E. M. A. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Kendal*. 35–46.
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>
- Claudia, C., & Suhardi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Wellindo Blast Media. *Scientia Journal*, 5(3).
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, K. (2016). Marketing. *Unpas.Ac.Id, July*, 1–23.
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Prihatama, G. T., Masitoh, M. R., & Saputra, D. A. S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Saluyu Motor Cabang Kecamatan Bojong Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4(1), 38–54. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JEV/article/view/3007>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Rian Fiona, D. (n.d.). *Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek)*.
- Sani. (2018). *Metode Penelitian*. 44–55.
- Lia, C. K., Rizky, N., & Kemala, M. S. (2016). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Gelamai Merk Erina Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh Oleh. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- SIMARMATA, I. K. (1889). *Analisis Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Staff Pt. Airasia Indonesia Bandara Kualanamun Medan*. 2, 7–28.
- Wahyuni. (2016). *Landasan Kualitas Pelayanan*. 1–16.  
<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/264152/File-10-BAB-II.pdf>
- Ramdani, R. (2019). Kualitas produk dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada produk cabang Bandung Indah Plaza (BIP). *Jurnal Artikel*, 2019, 13–31.
- RI, M. K. (2019). No Title. *EAENH. Ayan*, 8(5), 55.
- Lestari, N. E. P. (2020). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Waroeng Steak And Shake Cabang Margonda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(2), 107–115.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/8321>
- Puji Lestari, F. A. (2018). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sosio E-Kons*, 10(2), 179.  
<https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2718>
- Rahmatika, S., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening PLN Mobile. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1289–1303.
- Belakang, L., Peran, M., Sipahimalani, R., & Group, P. (2019). *BAB I*. 1–10.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa*. 15(2), 1–23.
- Setiawan, R. A., & Budiarti, A. (n.d.). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- NS Ramadhini. (2022). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. E-Commerce 2.1.1.1. Pengertian E-Commerce*. 10–23.  
[http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB 2%29.pdf](http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB%2029.pdf)