

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Simamora, *Riset Pemasaran*. Gramedia Utama Jakarta, 2013.
- [2] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Managemen*, 15th Edisi. Pearson Education, Inc, 2016.
- [3] Sudaryono, *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta, 2016.
- [4] C. A. Putri, H. D. W, and S. Listyorini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm Garang Asem Sari Rasa (Studi pada Konsumen RM Garang Asem Sari Rasa , Kudus),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 5, no. 1, 2016.
- [5] F. Rohmah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Brand Image Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Nasabah Btn Syariah Kc Semarang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Skripsi,” 2019.
- [6] R. Rahmidani, T. Kurniawati, and O. Hanifa, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 1, no. 4, pp. 794–803, 2018.
- [7] F. T. Yulianda and A. S. Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiki (Titipan Kilat) Cabang Padang,” *J. Pundi*, vol. 1, no. 3, pp. 1–19, 2015.
- [8] F. fadhlor R, N. Rachma, and afi rachmat Slamet, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Malang,” *Ris. Manaj.*, pp. 52–64, 2018.
- [9] D. Cintya, “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk ‘Supermi’ di Kecamatan Genuk Semarang),” *Skripsi*, 2015.
- [10] A. HASAN, *MARKETING DAN KASUS KASUS PILIHAN*, CET.1. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service), 2013.
- [11] E. Safitri, M. Rahayu, and N. K. Indrawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang,” *Ekon. Bisnis*, vol. 21, no. 1, pp. 90–104, 2016.
- [12] SUGIYONO, *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. BANDUNG: ALFABETA, 2013.
- [13] SUGIYONO, *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. BANDUNG: PT ALFABETA, 2016.
- [14] I. Apriliani and M. Edwar, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KLINIK KECANTIKAN RUMAH CANTIK ALAMANDA KRIAN,” p. 15, 2014.
- [15] S. Y. Atmanegara, D. Cahyono, N. Qomariah, and A. Sanosra, “Pengaruh Kualitas

- Pelayanan , Citra Perusahaan , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso,” *J. Sains Manaj. dan Bisnis Indonessia*, E-ISSN 2541-2566, vol. 9, no. 1, pp. 79–89, 2019.
- [16] J. Lagautu, A. S. Soegoto, and J. L. Sepang, “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Matahari Department Store Mantos,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 7, no. 1, pp. 751–760, 2019.
- [17] N. Hamidah, N. Rachma, and M. Hufro, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, DAN ATMOSFER TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFE COKLAT KLASIK MALANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UNISMA),” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [18] M. Y. Siregar, “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA HANDPHONE MEREK OPPO DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA TINGKAT S-1 FAKULTAS SOSIAL SAINS PRODI MANAJEMEN DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI,” *Manaj. tools*, vol. 11, no. 2, pp. 75–84, 2019, doi: .1037//0033-2909.I26.1.78.
- [19] L. Mulyaningsih and I. Suasana, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar,” *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 5, no. 1, p. 252130, 2016.
- [20] N. Khikmah and D. Prihandono, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan,” *Manag. Anal. J.*, vol. 6, no. 4, pp. 435–447, 2017, doi: 10.15294/maj.v6i4.17842.
- [21] R. Alif, “Pengaruh Harga , Citra Merek dan Pemulihan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening,” 2019.
- [22] N. A. Yanti, “NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Semarang) SKRIPSI,” 2019.
- [23] U. S. Balgis, N. Rachma, and M. Hufro, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” pp. 87–96, 2018.
- [24] L. Khakim, A. Fathoni, and M. M. Minarsih, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PIZZA HUT CABANG SIMPANG LIMA,” *J. R. Army Med. Corps*, vol. 100, no. 2, pp. 141–146, 2018, doi: 10.1136/jramc-100-02-10.
- [25] M. E. Pongoh, “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado,” *J. EMBA*, vol. 1,

- no. 4, pp. 1–5, 2013, doi: 10.1007/s13398-014-0173-7.2.
- [26] A. Nasiti, “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TAKSI NEW ATLAS DI KOTA SEMARANG,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [27] A. A. Wiennata and W. Hidayat, “Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening,” no. Daop Iv, pp. 1–6.
- [28] A. F. Wahyudianto, “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 08, no. 01, pp. 1–13, 2019.
- [29] H. Faizal and S. Nurjanah, “PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN Hanim,” vol. 4, no. 2, pp. 307–316, 2019.