

DAFTAR PUSTAKA

- (Arifah, U. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Balai Besar Kesehatan Paru Masyarakat (BBKPM) Surakarta*. 1–21.
- Wusko, A. U. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Bangil Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ketsa Bisnis*, 1(1), 16–28.
- Badjuri, A. (2011). Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 38–54.
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Indra, S. (2018). Pengaruh Lingkungan Fisik, Pelayanan Konsumen dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Danamon Indonesia Cabang Bukit tinggi. *Ekobistek Fakultas Ekenomi*, 7(2), 32–39.
- Hendro, O., Asiati, D. I., & Sari, D. P. (2020). Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 73–98. <https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>
- Musay, F. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 3(2), 74236.
- Dharma, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi ISSN 2301-5268 / E-ISSN 2527-9483*, 6(2), 349–359.
- Setyawan, D., Hapsari, A., & Prianto, R. (2015). Pengaruh Manfaat Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, Dan Keunikan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Air Minum Kemasan Merek Aqua Di Kecamatan Semarang Barat. *Bisnis Manajemen*, 5, 65–72.

- Natasha Gabrielle, L. H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 55–70.
- Salim, E., & Wahana, S. (2020). Pengaruh Promosi , Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Menjalankan E-Commerce Networking Bussiness Di Kota Padang (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia YPTK Padang). *Jurnal EKOBISTEK*, 9(1), 63–71.
- Endang Raino Wirjono. (2005). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Surabaya. *Businiss and Economis*, 9(2), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/kinerja.v10i1.918>
- Irawadi, N., Hamid, A., & Ulya, Z. (2019). Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari ' Ah Adeco Langsa. *Jurnal Investasi Islam*, 4(2), 166–180.
- Indria Sukma, S., Arif, H., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra Dan Loyalitas Pasien. *Journal of BUSINESS STUDIES*, 4(1), 1–13.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 4(1), 41–53.
- Setiawan, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Layana, Persepsi Nilai Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank.*
- Ekonomi Unisma, F., Wahyu Agustina, R., Rachma, N., & Hufron, M. (n.d.). *e- Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Cus-Cus Cafe Malang)*. 120–135. www.fe.unisma.ac.id
- Wijayanto, A. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TUPPERWARE (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TUPPERWARE (Studi Pada Konsumen Tupperware Di Universitas Diponegoro)*, 2(1), 89–97. <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5357>
- Ardian, B. O., & Wijaya, C. A. (2017). Analisa Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Jw Marriott Surabaya Dengan Kepuasan

- Pelanggan Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 459–472.
- Fauziah, M., Hartoyo, H., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Aktivasi Merek, Hambatan Berpindah Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank “X.” *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 80–90. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.1.80>
- Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK BNI (PERSERO) Tbk KANTOR CABANG MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3210–3219. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17464>
- Putri, D. G. D., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai Yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. Pos Indonesia (Persero)). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(1), 1–13.
- Adlina, F., Ghaisani, P., Purbawati, D., Bisnis, A., Diponegoro, U., City, S., Quality, W., Quality, W., Adlina, F., Ghaisani, P., Bisnis, A., Diponegoro, U., Prabanawati, D., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kualitas Website (Website Quality) Terhadap Keputusan Pembelian (Purchase Decision) Melalui Kepercayaan (E-Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen E-Commerce Zalora . Co . Id Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9.
- Reinaldho, R. C., & Widayanto. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Converse melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro) TBI . Bahasa konsumen , merek peraih Top Brand adalah merek yang dikenai.* 1–7.
- Pegadaian, E. (2020). *Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening produk tabungan emas pegadaian.* 8, 472–481.
- Riandari, R. (2017). Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan Terhadap Indeks Kepuasan Masyarakat. *Coopetition*, VIII(1), 35–53.
- Putri, A. A., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *Pengaruh Trust Dan Brand Image Pada Minat Pembelian.*
- Rosita, I. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 1–9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>

- Leo, W. A., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surabaya, U. M. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT . J & T Express (Studi kasus Kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.*
- Safitri, R. N., & Marlius, D. (2018). *Penerapan E-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang.* 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gkv8t>
- Rohmah, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Brand Image Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Nasabah Btn Syariah Kc Semarang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Skripsi)*