

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Sari and P. Setiawan, “Pengaruh Green Marketing dan Packaging terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Starbucks Coffee,” *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 6, no. 7, p. 250817, 2017.
- [2] F. R. Wilujeng and G. D. Rembulan, “Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia Dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA,” pp. 1–9, 1846.
- [3] N. Kadek and S. Yunia, “LAYANAN TERHADAP WORD OF MOUTH Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Kemajuan perindustrian di Indonesia saat ini kian berkembang , seiring dengan pesatnya arus globalisasi dan tidak terkecuali perkembangan teknologi yang mend,” vol. 7, no. 5, pp. 2823–2855, 2018.
- [4] “20.04.626_bab2.pdf.” .
- [5] A. P. S. Cruz, “濟無No Title No Title,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [6] Encyclopedia, “濟無No Title No Title,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [7] “No Title,” 2019.
- [8] M. Ткач, “No TitleТайны католических монашеских орденов,” pp. 1–142.
- [9] B. A. B. Ii and T. Pustaka, “Marketing is a social and managerial process by which individuals and group obtain what they needs and want through creating and exchanging products and value with others.’ .,” pp. 11–28, 2010.
- [10] B. A. B. Ii, “identifying and meeting human and social needs, one of the shortest good definitions of marketing is ‘meeting needs profitability’ .,” no. 2012, 2016.
- [11] W. P. and K. M. B. V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共

Customer REtention Pada Tiwana Musik Studio di Bandar Lampung,”
2017.

- [24] R. N. A. Loureiro, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” *Skripsi*, pp. 15–46, 2016.
- [25] I. Venessa and Z. Arifin, “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Skripsi*, vol. 51, no. 1, pp. 44–48, 2015.
- [26] D. A. Satria and H. Sidharta, “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball,” *J. Manaj. dan Start-up Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 398–408, 2017.
- [27] B. A. B. Ii, “No Title,” no. 2012, pp. 42–75, 2013.
- [28] C. Octavia Widjaja, “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Fuboru Indonesia Di Surabaya,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 10, no. 2, pp. 52–58, 2016, doi: 10.9744/pemasaran.10.2.52-58.
- [29] A. Argaradian and Wahyono, “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Relationship Marketing Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Intervening,” *Manag. Anal. J.*, vol. 6, no. 2, pp. 221–241, 2017, doi: 10.1007/978-3-319-32591-0_16.
- [30] N. Qalby and A. R. Munir, “Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Astinet Segmen Bisnis Pt Telkom Witel Makassar) the Effect of Relationship Marketing and Brand Image on Customer Loyalty (Case of Astinet Business Custo,” pp. 61–72.
- [31] A. Wulan, A. Ep, and S. Nurseto, “LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NOTEBOOK TOSHIBA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG) Pendahuluan Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan di antara para

kompetitor pa,” 2014.

- [32] D. S. Pranomo and A. T. Haryono, “PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PADA BMT BINA UMAT SEJAHTERA LASEM),” vol. 02, no. 02, 2016.
- [33] A. D. E. A. Utami, F. Ekonomi, and D. A. N. Bisnis, “PENGARUH BRAND IMAGE DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH,” 2019.
- [34] N. W. Pangestika, F. Ekonomi, and D. A. N. Bisnis, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI (Studi Kasus PT . BPRS Suriyah Salatiga) SKRIPSI,” 2018.
- [35] N. U. R. Janah, F. Ekonomi, and D. A. N. Bisnis, “MARKETING DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP VARIABEL INTERVENING,” 2018.
- [36] “ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION DAN ISLAMIC CORPORATE IMAGE SEBAGAI VARIABEL.”
- [37] A. Pengaruh, C. Merek, and N. Pelanggan, “Pelanggan Tupperware Di Magelang,” vol. 6, no. Tabel 1, pp. 1–13, 2017.
- [38] F. Puspitasari, M. D. Rahadhini, and S. D. Saputra, “Pengaruh pemasaran relasional dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel moderasi,” *J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 17, no. 3, pp. 498 – 507, 2017.
- [39] F. Ekonomi and D. A. N. Bisnis, “ANALISIS PENGARUH COMPLAIN HANDLING , SERVICE QUALITY DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Bank Muamalat KC Salatiga) SKRIPSI,” 2019.
- [40] Jordan, “濟無No Title No Title,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.

- [41] E. D. Kurniawan, "PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN. Skripsi," pp. 1–113, 2015.
- [42] U. M. Area, "SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan Sunggal) SKRIPSI OLEH : OSSY OLICIA SARI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN," 2019.
- [43] R. B. Putra *et al.*, "Dampak nilai pelanggan dan relationship marketing dalam membangun kepuasan pelanggan melalui citra merek sebagai variabel intervening," vol. 1, no. 2, pp. 39–48, 2019.
- [44] C. Khotimah, S. Suharyono, and K. Hidayat, "PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom, Tbk. STO Klojen Malang)," *J. Adm. Bisnis SI Univ. Brawijaya*, vol. 36, no. 1, pp. 121–128, 2016.
- [45] Y. Enoch, "Pengaruh Perceived Staff Competenc E Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cv Konco Tani," vol. 7, no. 2, 2019.
- [46] G. G. Tangguh, E. Pangestuti, and I. P. Nuralam, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride," *J. Adm. Bsinis*, vol. 61, no. 2, pp. 118–126, 2018.
- [47] D. G. D. Putri and S. B. Santoso, "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai Yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. Pos Indonesia (Persero))," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–13, 2018.
- [48] P. R. Anggita, "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Sinar Sari Sejati Bandung," *Repos. UNPAS*, pp. 64–88, 2017, [Online]. Available: [http://repository.unpas.ac.id/32691/6/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/32691/6/BAB%20III.pdf).
- [49] S. (2016 : 118), "Metode Penelitian," *Metod. Penelit.*, pp. 37–54, 2013, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [50] Cavenett, "濟無No Title No Title," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp.

- 1689–1699, 2013, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [51] B. A. B. Iii, A. Pendekatan, J. Penelitian, and P. Penelitian, “79 80 ,” pp. 50–67.
- [52] nita D. Anggraeni, “Pengaruh Good Cooperate Governance dan Earning Power Pada Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013),” *Skripsi*, no. 6, pp. 1–32, 2015, [Online]. Available: [http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB III nita - revisi.pdf](http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB%20III%20nita%20revisi.pdf) <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/5617>.
- [53] S. Com, “Perilaku Konsumen Untuk Mengakses Suaramerdeka.Com,” vol. 10, no. 2, pp. 121–131, 2013, doi: 10.14710/jsmo.v10i2.5909.
- [54] P. A. Wardhani, “~~濟無~~No Title No Title,” *Efikasi Diri dan Pemahaman Konsep IPA dengan Has. Belajar Ilmu Pengetah. Alam Siswa Sekol. Dasar Negeri Kota Bengkulu*, vol. 6, pp. 79–111, 2015, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [55] “PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE CORRELATION,” 2018.