

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Ainul, H., & Apriliani, R. A. E. . (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Ariani, W. (2016). Manajemen Kualitas. *Jurnal Manajemen*.
- Assuri, S. (2012). *Matematika ekonomi / Sofjan Assauri Matematika ekonomi / Sofjan Assauri Manajemen pemasaran / Sofjan Assauri Aplikasi penjualan dan pembelian terintegrasi dengan VB 6 . 0 dan data report / Agus Saputra , Sofyan Maulana , Sutikno Sofjan*. 2012.
- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i2.64>
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah*, 1(0118047804), 1–50.
- Astuti, R. D., Nurcahya, A. G., Industri, J. T., Industri, F. T., & Dahlan, U. A. (2014). *Albertus Ferry Rostya Adi (2012) melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ” , dengan menggunakan metode regresi linier . Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua vari. November*.
- Bismo, A., Sarjono, H., & Ferian, A. (2016). *The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Small Scale Indonesian Food Enterprises in Surabaya*. 26, 33–48. <https://doi.org/10.17758/erpub.ea1016015>
- chardika Respatya Hendro, W. H. (2018). DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2018, Hal. 1-8 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.

Cintya, D. (2015). 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*, 106.

Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–13.

Dinar & Hasan. (2018). Pengantar Ekonomi: Teori Dan Aplikasi. In CV. Nur Lina (Issue 1980).

Durianto. (2017). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria F 150 pada Komunitas Hyperunderbone Satria F Community (HSC) di. *Jurnal Nigawan*.

Dwi Kusuma Ramdani, & Rahardjo, S. T. (2017). Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851. *Diponegoro Journal Of Management*, 6, 1–11.

Effect, T. H. E., Brand, O. F., Image, B., Value, P., Loyalty, O. N., Satisfaction, C., Mediation, A. S., For, V., Fresh, C., & Bintaro, J. (2018). *Customer Satisfaction As Mediation*. 30, 127–132.

Faryadi, H. E. (2017). Analisis pengaruh citra negara asal, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen apple smartphone di surabaya a r t i k e l i l m i a h. *Artikel Ilmiah*, 3.

Griffin, T. W., Shockley, J. M., & Mark, T. B. (2018). *Economics of Precision Farming*. 221–230. <https://doi.org/10.2134/precisionagbasics.2016.0098>

Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>

Hartadi, W. (2018). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS

PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SEPEDA MOTOR SPORT YAMAHA YZF-R25 DI KOTA CILEGON.

Journal Industrial Servicess. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4097>

Haryantini, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3604>

Hatta, I. H., & Pancasila, U. (2017). *FEATURE , NILAI , KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN Iha Haryani Hatta*. 2(1), 45–52.

Hidajahningtyas, N., Sularso, A., & Suroso, I. (2013). Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember. *JEAM (Jurnal Ekonomi, Administrasi, Dan Manajemen)*, 12(1), 39–53. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1183/946>

Hussainy, S. S. (2020). International Journal of Business and Applied Social Science International. *Journal of Business and Applied Social Science*, January, 40–46.

Ibrahim, F., Thio, T. H. G., Faisal, T., & Neuman, M. (2015). The application of biomedical engineering techniques to the diagnosis and management of tropical diseases: A review. *Sensors (Switzerland)*, 15(3), 6947–6995. <https://doi.org/10.3390/s150306947>

Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2018). the Effect of Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>

Intervening, V., & Zara, P. (2019). 1) 2) 3). 6(2), 4060–4080.

Kanuk, S. (2000). *Buku Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*.

Kasturi, D., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *PERWIRA-Jurnal ...*, 2, 155–175. <https://perwiraindonesia.com/eJournal/index.php/perwira/article/view/28>

- Khakim, L., Fathoni, A., & Minarsih, maria m. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Jurnal Manjmen*.
- Khan, H. A., & Khan, H. A. (2016). The Da'wa and Suhrawardi Monuments at Uch. In *Constructing Islam on the Indus*. <https://doi.org/10.1017/cbo9781107477636.009>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement 15 th edition. In *Pearson Education, Inc*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. S., Meng, L. S., & Tiong, T. C. (2018). *Marketing Management An Asian Perspective Sixth Edition*. 26–28.
- Kotler dan Armstrong. (2013). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. In *Erlangga*.
- Kotler, P. (2017a). [Philip_Kotler]_Kotler,_P.,_2017._Marketing_4.0_Mo(z-lib.org).
- Kotler, P. (2017b). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203–208. <https://doi.org/10.1108/JHRM-11-2016-0027>
- Kotler, P., & Gertner, D. (2011). A place marketing and place branding perspective revisited. *Destination Brands*, 33–53. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-096930-5.10003-5>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement 15 th edition. In *Pearson Education, Inc*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. S., Meng, L. S., & Tiong, T. C. (2018). *Marketing Management An Asian Perspective Sixth Edition*. 26–28. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58052402/marketing-management-an-asian-perspective-5th-edit.pdf?1545598370=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_Management_An_Asian_Perspectiv.pdf&Expires=1596527684&Signature=MAvBoyXsZnzlCJCgK
- KotlerPhilip;Armstrong. (2014). Bauran Pemasaran. In *Erlangga*.
- Kualitas, P., Dan, P., & Merek, C. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman Pt. Tiki. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 9(1), 21–31. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v9i1.266>

- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Lie, D. (2019). *Pengantar Bisnis*.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Manado, P. D., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Royalâ€™S Resto and Function Hall Di Kota Ternate. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 871–880. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22917>
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- OKTAVIANI, L. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi. *Oktaviani Lusia*, 0–71.
- Pahlawan, M. R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 228–244. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1560>
- Philp, K. (2002). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.
- Pintubatu, C., & Hidayat, A. M. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KATERING TRENGGINAS JAYA BANDUNG 2019) The Effect of Brand Image to Customer Loyalty (Study Case at trengginas Jaya Catering Bandung 2019)*. 5(2), 660–666.

- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), 70–90.
- Rahmat, A., Suharyono, & Priambada, S. (2018). Influence Customer Relationship Management to Satisfaction and Loyalty Customer (Survey on Customer Service Kendaraan AUTO2000 Kediri Suharmadji). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(1), 153–160.
- Roslina. (2018). Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Jasa Surya Maxima Photography Di Bandar Lampung. In *digilib.unila.ac.id*.
- Rosyid, A. N., Djoko W, H., & Widayanto. (2013). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Honda Revo Astra Motor Kebumen). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.
- Rotinsulu, E., Sumayku, S., & Sambul, S. (2015). Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 2(029), 1302.
- Saleh, A. R., & Komalasari, R. (2014). Pengertian Perpustakaan dan Dasar- Dasar Manajemen Perpustakaan. In *Manajemen Perpustakaan*.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Saputro, E. P., & Arikunto, S. (2018). Keefektifan manajemen program pembelajaran BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 6(1), 122. <https://doi.org/10.21831/amp.v6i1.8066>
- Sari, Y. P., & Susanti, F. (2019). *KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Wardah di AKBP- STIE ” KBP ”)*. 1, 27–39. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.7730792>
- Savitri, C., Anggela, F. P., Terhadap, H., Pelanggan, K., & Xxx, P. T. (n.d.). *Kata*

Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan 234 / B u a n a I l m u. 4(2), 234–252.

- Septianto, F., & Tjiptono, F. (2019). The interactive effect of emotional appeals and past performance of a charity on the effectiveness of charitable advertising. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(May), 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.013>
- Setyawan, B. D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, 1–122.
- Setyawati, W. A., Rifa'i, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50–63.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1, 755–764.
- Sri et al, W. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 114–127.
- Strata, P. S., Manajemen, J., Fakultas, P., & Oleh, B. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Bank Syariah)*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Implementasi. PT. Prehallindo. Jakarta.*
- Sugiyono. (2017). *Download metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r & d sugiyono pdf Click here to get file.* 380.
- Supranto. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*.
- Talopod, R. V., Tampi, J. R. ., & Mukuan, D. D. S. (2020). Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 1(3), 251–255.
- Tjiptono, F. & G. C. (2017). Pengaruh Customer Relation Ship Management (CRM)

- Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1), 45–51.
- Tjiptono, F., Albert, & Elfitasari, T. (2018). Consumer ethics among youths in Indonesia: do gender and religiosity matter? *Asian Journal of Business Ethics*, 7(2), 137–149. <https://doi.org/10.1007/s13520-017-0081-y>
- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang*. 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/spmgv>
- Umdiana, N., & Nurjanah, C. (2020). Analisis Jalur Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan Dengan Metode Trade Off Theory Pada Perusahaan Konstruksi Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 13(1), 132–144. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/329>
- Wahana, V., Siregar, R. T., Harahap, K., Putri, D. E., Manajemen, P. S., Pematangsiantar, K., Utara, S., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2019). *Maker : Jurnal Manajemen PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS*. 5, 97–109.
- Widyastuti, S. (2017). *Managemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 382. [file:///C:/Users/Watashi/Downloads/pemasaran 3.pdf](file:///C:/Users/Watashi/Downloads/pemasaran%203.pdf)
- WIJAYANTO, I. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(3).
- Wilson, J. P., & Campbell, L. (2020). ISO 9001:2015: the evolution and convergence of quality management and knowledge management for competitive advantage. *Total Quality Management and Business Excellence*, 31(7–8), 761–776. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1445965>