

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. R., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2019). Analisis pengaruh kualitas layanan dan perceived value terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(4), 443-454.
- Anggita. W., & saputra, s. (2022). Pengaruh pengelolaan hubungan pelanggan (customer relationship management), nilai yang dirasakan (perceived value), kualitas yang dirasakan (perceived quality), dan kepuasan (satisfaction) terhadap loyalitas nasabah perbankan di kota batam. *Jmbi unsrat (jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi)*., 9(3), 1186-1202.
- Apriliani, D., Shalihah, N. B., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20-30.
- Bernarto, I., & Patricia, M. M. (2019). Pengaruh perceived value, customer satisfaction dan trust terhadap customer loyalty Restoran XYZ di Tangerang. *Journal of Business Studies*, 4(1), 82-98.
- Bricci, L., Fragata, A., & Antunes, J. (2016). The effects of trust, commitment and satisfaction on customer loyalty in the distribution sector. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 173-177.
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019). The effect of brand image and perceived value on satisfaction and loyalty at convenience stores in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(8), 1446-1454.
- Charlis., & Patricia Diana P, M. (2018). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Giant Supermarket Puri Anjasmoro Semarang. *Journal of Management*, 1(1).
- Dasriwahyuni, D., & Firdaus, T. R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Swalayan Grand Citra Lubuk Buaya Koto Tangah Padang. *Matua Jurnal*, 2(1), 63-80.
- Fahrudin, A., Hufron, M., & Asiyah, S. 2020. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Damar Coffee Malang." *Jurnal Riset Manajemen* 9(17):84–98.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran jasa: strategi mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen* (edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, B. A., & Agustin, S. (2017). Pengaruh kepuasan, kepercayaan dan layanan terhadap loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen: sikap dan pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2017). *Model persamaan struktural: konsep dan aplikasi dengan program AMOS 24 update Bayesian SEM* (edisi 7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2013). *Customer loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Haier, Jr et.al. 2017. *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States : Pearson. Hal. 119.
- Hendra, T., Djawahir, A. H., & Djazuli, A. (2017). Pengaruh nilai, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 129-141.
- Hidayatullah, A., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BANK BSI Area Basuki Rahmat Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1539-1549.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Pusaka.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Kentzi, K., Bernarto, I., & Wuisan, D. (2020). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Maxx Coffee Benton Junction Lippo Karawaci, Tangerang, Banten. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1, 1-13.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Prinsip-prinsip pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, eds.; edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (edisi 12; jilid 1 dan 2; terjemahan B. Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (edisi 13; jilid 1 dan 2; terjemahan B. Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (edisi 15). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Leninkumar, V. (2017). The relationship between customer satisfaction and customer trust on customer loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 450-465.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*. Jakarta: Erlangga.
- Mardika wati., & Naili, F. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada Pelanggan bus efisiensi (studi po efisiensi jurusan yogyakarta-cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Mawey, T. C., Tumbel, A., & Ogi, I. W. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *ikraith-ekonomika*, 5(2), 157-166.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing making profitable decision* (edisi internasional). Singapura: McGraw-Hill.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Comsumer behavior* (edisi 11). New Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muanas. (2014). *Persepsi nilai*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Murni, Y., No, J. M. S., & Kembangan, W. J. (2018). Analysis of the influence of trust, easiness in shopping, product quality to customer satisfaction to increasiness in shopping consumer loyalty online shopping. *International Journal of Economic, Business and Management Research*, 2(04), 50-64.
- Ndruru, Y. G., & Rinaldo, J. (2021). Pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan hargaterhadap kepuasan pelanggan pada PT. Transmart Kota Padang. *Matua Jurnal*, 3(1), 123-134.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Purnama, R., & Hidayah, A. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 187-203.

- Ragita Dwi, O., & Linda, W. (2022). pengaruh kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (*Studi kasus: Pada Pengguna Make Over di Kota Padang*) (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).
- Rahmawati. (2016). *Manajemen pemasaran* (T. Fitriastuti & Kiswanto, eds.). Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ramadhan, H., Edward, Y. R., & Ariesa, Y. (2022). Analysis of the influence of service quality and trust on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable in Menantea Field. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 3(4), 1498-1506.
- Riyono, R., Ristanto, H., & Fitriyani, Y. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Aneka Jaya Boja. *Stability: Journal of Management and Business*, 4(1), 66-76.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: a cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Sandy, J. P., Stanley, T., & Jokom, R. (2020). Pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen di Jokopi Untung Suropati Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(1), 253-268.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2012). *Consumer behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai kopi online di Kota Medan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220-235.
- Simatupang, R. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Dan Nilai Terhadap Loyalitas Produk. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 55-70.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia.

- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: prinsip, penerapan, penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tumbel, A. L. (2009). *Pengaruh kebanggaan, kepercayaan, kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen dan perilaku membeli ulang wanita karir di pasar swalayan Manado* (Disertasi, Universitas Hasanuddin).
- Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T.-P., & Turban, D. (2010). *Electronic commerce: managerial perspective global* (edisi 6). New Jersey: Pearson.
- Upamannyu, N. K., Gulati, C., Chack, A., & Kaur, G. (2015). The effect of customer trust on customer loyalty and repurchase intention: the moderating influence of perceived CSR. *International Journal of Research in IT, Management and Engineering*, 5(4), 1-31.
- Wibowo, I. W. (2019). pengaruh persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Yulianto, N., & Rahadhini, M. D. (2017). Pengaruh ambient condition, space and functionality dan use of sign, symbols and artifacts terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(4), 517-527.
- Yulisetiari, D., Indraningrat, K., & Hijriah, H. (2018). Pengaruh nilai pelanggan, kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan penumpang kereta api sri tanjung jember Yogyakarta pt. Kai daop ix jember. *UNEJ e-Proceeding*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services marketing: integrating customer focus across the firm* (edisi 7). New York: McGraw Hill Education.
- \_\_\_\_\_, 2020. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.