

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, M., & Temaluru, Y. (2024). PENGARUH FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN TERHDAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN AESTHETIC CLINIC. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 333-350.
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gera Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol, 25(1).
- Ali, F., Kim, W. G., Li, J., & Jeon, H. M. (2018). The effect of experience quality on customer perceived value and customer satisfaction and loyalty: A case of Korean coffeehouse industry. *The TQM Journal*, 30(6), 554-571. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2019-0150>
- Amiruddin, D., Suseno, B. D., & Basrowi, B. (2024). Integrasi dan Optimasi Bisnis Melalui Enterprise Resource Planning Teori & Aplikasi.
- Andriani, M., & Bunga, F. D. (2017). Faktor pembentuk brand loyalty: peran self concept connection, brand love, brand trust dan brand image (telaah pada merek h&m di kota dki jakarta). *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 157-168.
- Andriani, V., Putri, P., Rahmayanti, Z., & Marada, N. (2024). Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Kesehatan di Puskesmas Kota Palu. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(7), 2377-2384.
- Anggoro, W. (2016). Peran Persepsi Nilai (Perceived Sacrifice, Monetary Value, Convenience Value, Emotional Value, dan Social Value) terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Ulang yang Dimoderasi oleh Kepuasan pada Toko Online Lazada di Indonesia.
- Aninam, J., & Nugraha, A. R. (2023). Analisis Perbandingan Merek Smartphone Apple dan Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Swasta di Jakarta. *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 950-963.
- Armeliani, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Asya, G. Y. (2018). PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP POSITIF WOM YANG DIMEDIASI OLEH CINTA MEREK PENGGUNA PRODUK FASHION (Studi pada Mahasiswa Pengguna Fashion Merek Adidas di Universitas Lampung).

- Azoulay, A., Kapferer, J. N., & Le Nagard, E. (2015). Do brand personality scales really measure brand personality? *Journal of Brand Management*, 22(5), 394-406.
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran merek terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya terhadap loyalitas konsumen hand body lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191-201.
- Barata, D. M. W. (2023). PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH BRAND LOVE PADA MERK SNEAKERS LOKAL (Studi Kasus Pada Peminat Sneakers Lokal Di Wilayah Klaten) (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).
- Bayuardie, D., & Nisa, P. C. (2023). Hubungan Antara Emotional Intelligence, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Karyawan Kedai Makanan Dan Minuman. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 2(02), 1-17.
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1-8.
- Buttle, F. (2016). *Customer relationship management: Concepts and technologies*. Routledge.
- Chadiq, U. (2024). Pengaruh Kualitas Jasa Persepsi Nilai Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Simpati Di Semarang. Laporan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat.
- Chandrawati, A. A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh. Co.
- Chen, S. C., & Quester, P. G. (2015). The relative contribution of love and trust towards customer loyalty. *Australasian Marketing Journal*, 23(1), 13-18.
- Ciputra, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention: Survei pada Customer Toko Online [www. blibli. com](http://www.blibli.com). *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109-128.
- Damayanti, D. D. (2023). LITERATUR REVIEW BRAND LOYALTY MELALUI BRAND COMMUNITY ONLINE. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 2(2), 202-213.
- Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F. (2020). Studi tentang persepsi nilai, kepuasan dan retensi pelanggan kapal penyeberangan ujung-kamal. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(1), 198-209.

- Darusman, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah PT. U Finance Medan.
- Deni, F. A. (2024). ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN SENSORY EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION MELALUI PERCEIVED VALUE DAN PERCEIVED QUALITY SEBAGAI MEDIASI PADA LAYANAN GRAB. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 5550-5565.
- Dewi, S. A., Lutviandari, R., Saputra, F. A., Chusna, T. A., & Asiyah, B. N. (2024). MENGELOLA HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(7), 101-110.
- Dewi, S. C. (2019). Pengaruh Keterlibatan Produk terhadap Loyalitas Merek melalui Persepsi Harga.
- Djayapranata, G. F. (2020). Kepuasan konsumen tidak selalu linear dengan loyalitas konsumen: Analisis pada restaurant Cepat Saji di Indonesia. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 569-579.
- Elianto, W. Y., Setyawati, S. M., & Setyanto, R. P. (2020). Analisis Pengaruh Manajemen Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keterikatan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(4).
- Esa, A. Z. (2024). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Pelanggan. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1b), 1461-1464.
- Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023). Digital Transformation and The Customer Experience: Enhancing Engagement and Loyalty. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(03), 228-240.
- Feti Fatimah, S. E., Tyas, M. D. W. M., & M Si Dr Nurul Qomariah, M. M. (2024). RETAIL SERVICE, CUSTOMER EXPERIENCE DAN SWITCHING BARRIERS UMKM RITEL. CV. AZKA PUSTAKA.
- Firmansyah, M. A. (2023). Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, M. A., Putri, R., Harahap, S. B., & Fahziah, I. (2024). Peran Layanan Pelanggan Melalui Consumer Relationship Management Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JURNAL MOTIVASI PENDIDIKAN DAN BAHASA*, 2(2).

- Fitriyani, A. (2024). Analysis of Marketing Aspects in Tiktok Shop Online Business in Business Feasibility Study Perspective. *Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum dan Bisnis*, 1(1), 41-49.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47-58.
- Framayani, M. R. (2018). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Tsiros, M. (2020). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 96(1), 1-7.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Gustiawan, D. (2024). Manajemen Pemasaran Jasa. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253-274.
- Hakim, A. M., Jannang, A. R., & Subhan, S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paddock Café Di Kota Ternate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 14398-14410.
- Hazmi, H., Hidayat, A., & Ekawati, R. (2024). Kepuasan Pelanggan di Kedai Torang Galaxy Bekasi. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 616-626.
- Hidayat, L., & Amalia, L. (2023). Creating Customer Loyalty Through Antecedents of Customer Satisfaction at Hoka-Hoka Bento Fast Food Restaurants. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(4), 939-976.
- Hidayat, M. (2024). Pengaruh Brand Community pada Loyalitas Merek Publik dan Merek Pribadi Tim Olahraga Electronic Professional Sports (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 149-165.

- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2019). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27-41.
- Hollebeek, L. D., Srivastava, R. K., & Chen, T. (2019). SD logic-informed customer engagement: Integrative framework, revised fundamental propositions, and application to CRM. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 161-185.
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehn, C. (2017). Customer experience management: toward implementing an evolving marketing concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 377-401.
- IBRAHIM, A. (2022). Pengaruh Kualitas, Inovasi, Popularitas Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Kembali “Shopee” Yang Dirasakan Masyarakat Di Indonesia.
- Ilma, A. Z., & Sugiarto, C. (2022, November). Peran Kualitas Pelayanan Rumah Sakit di Era JKN dan Masa Pandemi COVID-19. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 1, No. 1, pp. 58-72).
- Indriati, L. (2017). Pembentukan Brand Engagement Pada Pelanggan Telkomsel Dan Indosat Melalui Media Sosial Facebook, Twitter Dan Instagram (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Islam, D. (2018). Tinjauan penerapan konsep green marketing dalam pelestarian lingkungan. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 11(1), 10-18.
- Jannah, L., & Hayuningtias, P. (2024). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. ResearchGate. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/377508055_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_PERSEPSI_HARGA_TERHADAP_KEPUASAN_PELANGGAN_SERTA_DAMPAKNYA_PADA_LOYALITAS_PELANGGAN
- Jasin, H., Mujiatun, S., Rambe, M. F., & Siregar, R. B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention?. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 86-102.
- Jiemesha, K. L. (2024). PERAN MEDIASI KEPERCAYAAN MEREK DAN KECINTAAN TERHADAP MEREK ANTARA PENGALAMAN MEREK DAN LOYALITAS MEREK: SEBUAH STUDI TENTANG MINYAK GORENG HEMART DI KOTA SOLO (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- Juliansyah, A. D., & Rusfian, E. Z. (2024). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN

MEDIASI KEPUASAN NASABAH PADA BANK MAYBANK INDONESIA. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 6421-6428.

Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. L. (2015). *Manajemen Komplain*. Penerbit Andi.

Keiningham, T., Aksoy, L., & Buoye, A. (2019). *The Wallet Allocation Rule*. Wiley.

Khairiyadi, M. R., Sadat, A. M., & Rahmi, R. (2024). Pengaruh Fitness Experience dan Store Atmosphere terhadap Revisit Intention Pelanggan Fitness dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1093-1108.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., Keller, K. L., & Ma, Y. (2017). *Marketing Management*. Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2017). *Marketing management: An Asian perspective*. Pearson.

Kurnia, D., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The Influence of Shop Atmosphere and Accessibility on Changes In Consumer Behavior From Traditional Markets to Modern Retailers (In Traditional Markets For Subang Consumers). *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)*, 16(2), 2-2.

Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1479-1489.

Kurniawati, K., & Tjiptodjojo, K. I. (2015). Peranan Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Manfaat Atribut Produk Simpati). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 14(2).

Kusuma, F. N. P., & Rachmawati, R. (2024). Faktor yang memengaruhi intensi penggunaan mobile payment berkelanjutan di kalangan gen z: Ekstensi dari expectation confirmation model. *Journal of Youth and Outdoor Activities*, 1(2), 102-128.

Lestari, M. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan.

- Lopies, C., Matdoan, M. Y., Loklomin, S. B., & Wattimena, A. Z. (2023). Analisis dan Klasifikasi Tingkat Kebahagiaan Masyarakat Berdasarkan Propinsi di Indonesia dengan Pendekatan Statistik. *PARAMETER: Jurnal Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 2(1), 33-46.
- Malthouse, E., & Mulhem, F. (2014). Understanding and using customer loyalty and customer value. In *Profit Maximization Through Customer Relationship Marketing* (pp. 59-86). Routledge.
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64-73.
- Marham, M., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 543-560.
- Maulidina, M., & Siregar, O. M. (2024). Strategi Merek Resonan Kunci Sukses Bisnis Wisata. *Cattleya Darmaya Fortuna*.
- Melinda, M. (2022). PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT TARRA (TOYOTA INTERACTIVE VIRTUAL ASSISTANT) DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI AGUNG TOYOTA PANGKALAN KERINCI (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Mittal, V., Kumar, P., & Tsiros, M. (2015). Attribute-Level Performance, Satisfaction, and Behavioral Intentions. *Journal of Marketing*, 69(2), 89-101.
- Molinillo, S., Japutra, A., Nguyen, B., & Chen, C. H. S. (2023). The effect of perceived quality and customer engagement on the perceived value and satisfaction: A study of online fan pages. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. <https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2023-0014>
- Muhtadi, M. F., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 14-25.
- Mulia, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Garut. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 57-63.
- Mutmainnah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201-216.

- Negarawan, G. I. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Membeli yang di Moderasi Oleh Tipe Kepribadian Ekstrovert. *Psikovidya*, 22(1), 62-68.
- Nida, R. S., Nafsi, F., Husna, U. F., Hikmah, F. P., & Andni, R. (2023). Relevansi Price, Brand Image, Product Quality terhadap Komitmen Konsumen pada Produk Indomie. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 2(1), 1-12.
- Ningsih, R. M. (2024). Pengaruh Perceived Value dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- NURFITRIANA, R. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND LOVE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIASI.
- Oktaviani, R. D. (2023). An Analisis Hubungan antara Online Customers' Shopping Experience, Sikap Loyalitas dan Online Impulsive Buying: Studi pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(5), 133-151.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Pandowo, A. (2019). Pengaruh Prestise Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Harga Premium: Peran Cinta Merek Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 204-220.
- Pangestika, M. A. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI GO-JEK DI KOTA BANDUNG (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Patrick, Y. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KREDIT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus di PT. BPR Daya Lumbung Asia, Bandung) (Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung).
- Permadi, I., Riswandi, R., & Fathussyaadah, E. (2023). Kualitas Produk Persepsi Harga dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Madu Pramuka Studi pada Konsumen Madu Pramuka di Wilayah Sukabumi dan Cianjur. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAAnD)*, 5(1), 99-107.
- Permatasari, F. R., & Priansa, D. J. (2024). OPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN KEPUASAN

- PELANGGAN CAFÉ TEDUH TERRA. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 7554-7561.
- Pertiwi, D. M., Atmoko, W. B., & Yulandari, A. (2021, November). Determinan Perilaku Repatronase Di Klinik Kecantikan. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021* (Vol. 1, No. 1).
- Purbasari, R., & Sukmadewi, R. (2024). *Digital Entrepreneurship: Rahasia Digitalpreneurs Sukses di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Purbasari, R., & Sukmadewi, R. (2024). *Digital Entrepreneurship: Rahasia Digitalpreneurs Sukses di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- PURNAMA, I. P. G. W. A. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND TRUST DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK (STUDI PADA PT. BPR GIANJAR PARTASEDANA) (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Putra, H. B., & Hayuningtias, K. A. (2024). Apakah Kesenangan Konsumen Dan Identifikasi Sosial Meningkatkan Loyalitas Merek? Peran Cinta Merek Sebagai Pemediasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 3840-3850.
- Rachman, A., Widjaja, W., Alvita, M., & Kurniawan, R. D. (2024). *Shopper Marketing: Memahami Psikologi Pembeli*. Penerbit NEM.
- Rahayu, D., Setiawan, E. B., Marina, S., Agusinta, L., & Rahmawati, A. (2024). MENINGKATKAN CUSTOMER RETENTION MELALUI CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN KONTRIBUSI CUSTOMER EXPERIENCE DAN PERCEIVED VALUE. *Media Bina Ilmiah*, 19(1), 3533-3556.
- Ranto, D. W. P. (2016). Menciptakan islamic branding sebagai strategi menarik minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).
- Ratu, V. (2024). PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION DENGAN PATIENT SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(8), 76-86.
- Santoso, R. P., Irawati, W., & Laili, C. N. (2024). Literature Review: Implementasi Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Manajemen Pemasaran. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(3), 409-416.
- Setiawan, M. U. A., & Raharjo, T. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar Grooming dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Melalui Citra Merek. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 16(2), 289-313.

SETYAWAN, A. (2023). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FOTOCOPY GITA JAYA DEPOK. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(4), 377-382.

SHABRINA S, A. A. (2019). AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. SUN STAR MOTOR SIDOARJO (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA).

Sihombing, H. L., & Atmaja, D. R. (2024). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN PLAYFULNESS TERHADAP BRAND RESONANCE DIMEDIASI OLEH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BUKU IMPOR. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 3(01), 93-109.

Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image*. Penerbit NEM.

Simarmata, M. (2018). PENGARUH REPUTASI TOKO, KUALITAS PRODUK DAN SERVICECAPE TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA DISTRO SCREAMOUS BANDUNG (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).

Sinaga, S., & Novianti, L. (2016). Kesesuaian harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. *Journal Nusantara*. Retrieved from <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/download/2175/1779>

Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).

Sinurat, T., et al. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. *Solusi Journal*. Retrieved from <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/download/4053/2153>

So, K. K. F., King, C., Sparks, B. A., & Wang, D. (2016). The role of customer engagement in building consumer loyalty to tourism brands. *Journal of Travel Research*, 55(1), 64-78.

Sreenivasan, J., Gurau, C., & Leloglu, E. (2015). A study of the drivers of customer loyalty in the UK aesthetics industry. *Journal of Customer Behaviour*, 14(4), 325-345.

- Subagyo, H. (2019). The effect of destination brand awareness on destination brand loyalty through brand image, perceived brand quality, brand value and brand satisfaction in banyuwangi city as a tourism objective (Doctoral dissertation, Untag 1945 Surabaya).
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524-7532.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(2), 77-78.
- Suprpto, R. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 2(1).
- Susanta, S., Widjanarko, H., Utomo, H. S., & Suratna, S. (2018). Pengaruh Confidence Benefits Terhadap Bank Customer Trust dan Bank Customer Loyalty_Studi Empiris Pada Nasabah Institusi.
- Suwarni, E., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Nilai Pelanggan, Lokasi dan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Indomaret di Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 664-683.
- Tambora, V. M. (2017). Pengaruh brand logo indentification, overall brand logo benefit terhadap Customer Loyalty melalui trust dan commitment pelanggan operator seluler global system for mobile. *SKRIPSI-2016*.
- Utomo, C. A., Iba, S., & Ellyawati, J. (2023). Keterlibatan Pelanggan, Ekuitas Pelanggan, dan Niat Beli Ulang Pada Aplikasi Seluler. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 163-172.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 46-67.
- Verleye, K., Gemmel, P., & Rangarajan, D. (2014). A model for the impact of business process orientation on organizational performance. *European Management Journal*, 32(1), 66-82.
- Wibowo, A. (2023). *Teori & Praktik CRM (Customer Relationship Management)*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-500.

- Wibowo, W., & Nuryanto, I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Integrasi Servqual dan Diagram Kartesius. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 195-200.
- Widodo, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Keterikatan Pelanggan Melalui Mediasi Komitmen Afektif dan Kepercayaan Pelanggan Hotel Aston Inn Batu di Era New Normal (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Widodo, S. S. (2015). PERANAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM HUBUNGAN ANTARA TECHNOLOGY TRUST DENGAN MOBILE BANKING ADOPTION (Studi Pada Nasabah Bank CIMB Niaga Yogyakarta (Doctoral dissertation, UAJY).
- Wijaya, I. A., Suyatno, A., & Rahmawati, E. D. (2024). Tingkat Loyalitas Pelanggan Terhadap Matahari Department Store Solo Square Oleh Kualitas Pelayanan Melalui Net Promoter Score (NPS).
- Wijaya, J., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer di Mediasi Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 95-111.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. World Scientific.
- Wiwoho, G. (2017). Pengaruh Perceived Value dan E-Service Quality Terhadap Switching Cost dan Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 116-122.
- Yeo, J., & Chong, A. Y. L. (2015). Revisiting the relationships among perceived quality, perceived value, satisfaction and loyalty: New evidence from the automotive industry. *Management Decision*, 53(8), 1781-1799.
- Yulandari, N., & Jatmiko, J. (2024). Brand Ambassador dalam Konsep City Branding di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(2), 39 -58.
- Yunanto, R. D., Riyanto, K. B., & Junianto, A. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen: Perspektif Perceived Value Dan Loyalitas Di Swalayan Putra Baru 15, Jalan Ahmad Yani No. 45, Kota Metro, Lampung. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(2), 843-855.
- Zaid, A., Zacky, A., & Sari, V. N. (2024). Analisis Pengaruh Kepribadian Individu dan Keberagaman di Tempat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Percetakan Digital Printing Zaky. *JPMNT: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT NIAN TANA*, 2(3), 21-31.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.