

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Afriansyah. (2023). *Perencanaan Agribisnis Pertanian Berkelanjutan*. Sumatra Barat: Global Eksekutif Teknologi.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 1653-1664.
- Aisyah, S. (2022). Pengaruh People, Process, dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Konsumen pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon. *Journa of Business, Management and Accounting*.
- Andi, Suyono, Sudarno, Panjaitan, H. P., & Syahriza, D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Salon Orchid Cabang Sukajadi Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 344-360.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2004). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asy'ari, A. H. (2018). Pengaruh Distribusi, Layanan Purna Jual, Citra Merek dan Fanatisme Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Mobil Merek Toyota di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 377.
- Aziz, N., Widarko, A., & Rizal, M. (2022). Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 58-71.
- Bilson, S. (2001). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Christoper, & Lauren. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Damayanti, A. E., Manggabarani, A. S., & Pusporini. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga, dan Desain Produk serta Kepuasan Pelanggan sebagai

- Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 125-151.
- Danapriatna, N., Fikri, D. K., Kamiah, A., Putra, P., & Khoiriyah, U. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pondok Gabus Lukman. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 63-76.
- Dewianawati, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Fadli, M. F. (2017). *Pengaruh Orang, Proses, Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Prudential Life Assurance Pontianak*. Pontianak: Integra.
- Fahmi. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kedekatan Emosional. *Jurnal Ekonomi: Keuangan dan Manajemen*, 503.
- Fandy, T., & Anastasia. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2009). *Manajemen Pemasaran Islam*. Sleman: Cv Budi Utama.
- Fatihudin. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firdaus, M. Z., Muttaqien, F., & Robustin, T. P. (2020). Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Loyalitas Pelanggan pada Home Industry Saus Ryan di Kabupaten Lumajang. *Jobman*, 118-122.
- Firmansyah, & Budi. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Genady, M. A., & Michellita, C. (2021). Persepsi Generasi Z Terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Itensi Pembelian Makanan Vegetarian ala Korea Pada Bisnis Rice Bowl In.yo. *Journal of Food and Cullinary*, 38-52.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Undip.
- Ginting, E., & Widodo, A. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa JNE Sebagai Variabel Intervening Di Kota Bandung Era New Normal. *e-Proceeding of Management*, 2569-2578.
- Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) 2nd Edition*. Sage Publications.

- Hamid, R. S., & Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hartono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Kedua*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hijriah, M., Nurnajamuddin, M., & Serang, S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Studio Makassar. *Jurnal tata kelola*, 96-104.
- Hilmi, N. N., & Mulyana, M. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Periklanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan The Jungle Water Park Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19-30.
- Humaira, J. (2022). Persepsi Mahasiswa terhadap Kualitas Produk, Harga, dan Minat beli di E-Commerce Shopee (Studi di STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh). *DICIS*, 174.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan PLS dengan SmartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Pers.
- Irawan. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Irawan, H. (2004). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Izzudin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 72-78.
- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya*, 266-381.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, & Armstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid Satu*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management (13th ed)*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Eductation.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawan, W., & Nurmahdi, A. (2021). Pengaruh Lokasi dan Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Penggunaan Uang Elektronik GOPAY. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2058-2069.
- Levy, & Weitz. (2007). *Retailing Management 6th edition*. New York: McGraw Hill International.
- Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Makarim, F. R. (2023, September 12). *Kenapa PMS Membuat Wanita Jadi Doyan Makanan Manis*. Retrieved from Halodoc: <https://www.halodoc.com/kenapa-pms-membuat-wanita-jadi-doyan-makan>
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global, Cetakan ke-1*. Bandung: Alfabeta.
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada PT Shopee Indonesia. *Journal Business and Management*, 11-23.
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nursaidah, M., Bastian, A. F., & Sukaesih, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa Jilid 35 Kota Tangerang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 149-162.

- Nuryanto, F. S., & Darpito, S. H. (2024). Faktor Penentu Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 185-200.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Pohan, A. (2008). *Kerangka Kebijakan Moneter dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 281-287.
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Saodah, E. S., & Harini, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan pada Masa Pandemi. *Jurnal Visionida*, 34-49.
- Purwoko, S., Haryana, A., & Tamba, M. (2020). Pengaruh Kemasan, Kualitas, dan Harga Produk Susu terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 117-126.
- Raharjo, P., & Digdowiseiso, K. (2022). The Influence of Brand Image and Marketing Mix on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable at Kafe Titik Akhir Jakarta. *Birci Journal*, 4754.
- Raimond, V. E., Putri, K. S., & Agustiningrum, H. (2022). Analisis Pengaruh Perspesi Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bolu Jadoel Gula Aren. *Jurnal komunikasi dan Kajian Media*, 93-104.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2023). Pengaruh People, Process dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rizky Halimah Salon). *Jurnal Riset Manajemen*, 2199-2207.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *ejournal stiedewantara*, 72.
- Rosmegawati, Tobing, S., & Denis. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Pembayaran, Promosi terhadap Kepuasan Pembeli dan Efeknya pada Loyalitas pembeli. *Jurnal Akuntansi FE-UB*, 24-38.
- Sabrina, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Laundry Starclean). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2.

- Safrika, Lubis, R., & Idris, S. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Kosnsumen Dalam berbelanja Fashion Online di Banda. *Jurnal Sains Eiset*, 20.
- Sangadji, & Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sanosra, A., Nursaid, & Sugroho, A. S. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening . *Jurnal Manajemen*, 119-131.
- Santoso. (2015). *SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sarstedt, M., Ringle, C., & Hair, J. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling, Handbook of Market Research*. Homburg: Springer International Publisihing.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 206-211.
- Setiadi. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Solimun. (2012). *Permodelan Persamaan Struktural Generalized Structured Component Analysis*. Universitas Brawijaya.
- Stanton, W. (1996). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilidi 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, & Sutarso. (2010). *Marketing in Praticce*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Libert Yogyakarta.
- Supriyadi, E., Mariani, S., & Sugiman. (2018). Perbandingan Metode Partial Least (PLS) dan Principal Component Regression (PCR) untuk Mengatasi Multikolinearitas Pada Model Regresi Linier Berganda. *Unnes Journal of Mathematics*, 118-128.
- Swasta, & Sukotjo. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (n.d.). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2013). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Trisno, M. (2004). *Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas: Studi Kasus pada CV Sarana Media Advertising Surabaya*. Surabaya: Jurnal Manajemen & Kewirausahaan.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Riset Strategi dan Implementasi Riset Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, A. (2019). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix 7P Produk Barang dan Jasa)*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Yandini, N. I., & Rangkuti, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Shukaku All You Can Eat Summarecon Bekasi). *Jurnal Ilmiah Hospitality* 807.
- Yudhanto, Y. (2018). *Information Technology Business Start-up*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Zainudin, M. Z., Manan, L. A., Sahyuni, Suyuti, Lajaria, R. T., & Naim, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek UHO Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 1.
- Zeithaml. (n.d.). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: Mc Gram Hill.
- Zhafari, M. F., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Kedai Kopi Cold N' Brew Fajar Indah Surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 49.
- Zulfa, I. (2022). Implementation of The 7P Marketing Mix In Increasing Sales Volume Of UKM Ampuh In Kediri Regency During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 302.