

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alex, D., & Thomas, S. (1905). *Impact of Product Quality , Service Quality and Contextual Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions*. 3(3), 307–316.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Anggraeni, D. P. (2016). PELANGGAN ( Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 171–177. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1445/1824>
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Boonlertvanich, K., & Boonlertvanich, K. (2019). *and wealth status Service quality , satisfaction , trust , and loyalty : the moderating role of main-bank and wealth status*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>
- Chandra, T. &. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593*.
- Dhasan, D., & Aryupong, M. (2019). *EFFECTS OF PRODUCT QUALITY , SERVICE QUALITY AND PRICE FAIRNESS ON CUSTOMER ENGAGEMENT AND*. 39(2), 82–102.
- Dr. Rorim Panday, M.M., M. T. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN TEORI DAN APLIKASI MENGGUNAKAN MULTIVARIAT* (F. T. Septiono, ed.). purwokerto Selatan.
- EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER*. (2020). 2020(1), 204–211.
- Gong, T., Korea, S., & Yi, Y. (2018). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction , Loyalty , and Happiness in Five Asian Countries*. (June). <https://doi.org/10.1002/mar.21096>
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate program ibm spss*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). *The Influence of Product Quality , Brand Image , and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty ( Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province )*. 6(29), 159–166.
- Jannah, R., Mappatempo, A., & Haanurat, I. (2019). *The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT . Mahakarya Sejahtera Indonesia*. 7, 201–206.

- Kotler, P. (2017). Customer Value Management. *Journal of Creating Value*.  
<https://doi.org/10.1177/2394964317706879>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). A Framework for Marketing Management. In *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). Marketing Management. In *Pearson Edition Limited*.
- Kumar, A. (2018). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan peran mediasi kepuasan pelanggan: penyelidikan empiris untuk industri layanan telekomunikasi. *Researchgate*.
- Kususmasasti, I., Andarwati, & Hadiwidjojo, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 123–129.
- Lamidi, & Rahadhini, M. D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection dengan Kepuasan sebagai Variable Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 139–150.
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kenedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawar, M. (2014). [www.econstor.eu](http://www.econstor.eu).
- Murni, Y., & Jakarta, W. (2018). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TRUST , EASINESS IN SHOPPING , PRODUCT QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION TO INCREASINESS IN SHOPPING CONSUMER LOYALTY ONLINE. 2(04), 50–64.
- Putranto, Dwi, Arif, et all. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan ke[puasan pelanggan sebagai variabel moderasi. 18(3), 462–472.
- Rimawan, E., Mustofa, A., & Mulyanto, A. D. (2019). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk)*. (December).  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29557.93925>
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Ppelanggan (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(1), 39–52.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan*

- Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sola, K. I. (2017). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Вестник Росздравнадзора*, 4, 9–15.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI PENDEKATAN KUANTITATIF*.
- Surahman, I. G. N., Ngurah, P., Yasa, S., & Wahyuni, N. M. (2020). *The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency*. 7, 46–52.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Winarno, S. H., & Givan, B. (2018). *Faktor – Faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 OOREDOO*. 1(2), 1–7.
- Wulandari, R., Sri Wardiningsih, S., Widajanti, E., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, P. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(Juni), 242–252.