

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Buchari Alma., 2014. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Amstrong, K. &. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13*,. Erlangga.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles Of Marketing*. Pearson Australia.
- Assauri. (2017). *Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada*. 2017.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Cahyaningrum, R. I. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Barrel Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. *Politeknik Negeri Jember*.
- David, W. (2009). *Wijaya David , (2009)*, Implikasi Manajemen Keuangan Sekolah Terhadap Kualitas Pendidikan. *Jurnal Penelitian Pendidikan*. 2009.
- Dennisa, E. A., Santoso, S. B., & Manajemen, J. (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.
- Dewantoro, D. H., Wisnalmawati, W., & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Survai Pada Coffee Shop Fihl Pekanbaru). *Conference On Innovation And Application Of Science And Technology (CIASTECH)*, 21–28.
- Dharmmesta. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi I, BPFE -, Yogyakarta.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2017.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal*

- Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15.
- Jill, Griffin. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. (2015). 2015.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition (Global)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Madjid, Y. S. M. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Etalase Aluminium Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidrap. *IAIN Parepare*.
- Marwan, R., Rifa'i, M., & Nugroho, A. P. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Caffe Astetic Joyo Grend Kota Malang. *Yayasan Bina Patria Nusantara*.
- Priansa. (2017). *Priansa, Donni Juni (2017) Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Social* Bandung Pustaka Setia..Pdf.
- Prinoya, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paparabun Perfume. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 3(2).
- Purwandari, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra, Lokasi Dan Kualitas Pengajar Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Pemediiasi (Studi Pada Politeknik Indonusa Surakarta). *Sainstech Politeknik Indonusa Surakarta*, 2(4), 55–69.
- Rini, H. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. 3(2), 54–67. [Http://Repositorio.Unan.Edu.Ni/2986/1/5624.Pdf](http://Repositorio.Unan.Edu.Ni/2986/1/5624.Pdf)
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553.
- Sabran, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Ed.Ketiga Belas . Jilid 2 Terjemahan Oleh BOB Sabran MM* : Penerbit Erlangga. 2012.
- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (P. 2017). Alfabeta.

- Sugiyono, M. S. (2018). *Metodologi Penelitian Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Deepublish.
- Susanti, N. P. H., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 253514.
- Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Jakarta., Promosi*. Salemba Empat. 2014.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (P. 2014). Andi Offset,.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ujang Sumarwan Dan Fandy Tjiptono (Editor). 2018 . *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* . (2019). 2018.
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee Di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26.