

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun Alifah. (2019). Pengaruh *Relationship Marketing*, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Online Shop Monokrom Store Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 09, 80–92.
- Alim, F. Y. (2018). *kualitas Pelayanan Pemasangan Listrik Prabayar di PT. PLN Unit Pelayanan dan jaringan (UPJ) Rayon Poso*.
- Amelia, S. L. (2019). Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Pt . Nasmoco Pemuda Semarang Bagian. *Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Astin Naomi Saekoko. (2012). *Analisis Faktor - Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian Smartphone Xiaomi (Studi kasus pada mahasiswa pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Nusa Cendana*. 11(1), 49–64.
- Bagus Jaka Sugiharta. (2019). Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja member Oriflame Di Bali Tahun 2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Darmono, S., & Chandra, M. (2016). Brand Image sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia. *Volume 20 Nomor 2, 2016 99, 20(2), 99–114*. <https://doi.org/10.26593/be.v20i2.2303.99-114>
- Dewi Kurniawati. (2014). *Pengaruh Citra merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*. 14(2), 1–9.
- Dina Wahyuni. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa kecantikan Rin Salon di kota Padang*. 1–9.
- Edwin Sugesti Nasution. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Makmur Auto Sejahtera. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(1), 41–51.
- Febry Venesia Luciana Rangan. (2015). Analisis Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol.3 ,No.3, 2015: 286-299*.
- Fitri, M., Lubis, I. S., Haryono, A. T., Hasiolan, L. B., Jurusan, M., Fakultas, M., ... Jurusan, D. (2016). Analisis Pengaruh Brand Equity , Kulaitas Pelayanan

- dan *Word Of Mouth* Positif terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai variabel intervening (Studi pada Konsumen Salon Rambut Johny Andrean Matahari Semarang). *Journal of Management*, 02(02).
- Fitrianda, M. I. (2013). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember*.
- Hasan. (2013). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta Vol. 4 No 1, April 2018*, 4(1), 71–85.
- Kevin Christian, Steven Handoyo, Kelvin, Pikir Hondo, A. F. P. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram dan Rem Tromol Motor Honda Matic pada PT. Mega Anugrah Mandiri Medan*. 8(1), 44–53.
- Khafidin. (2012). *Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian*. 1–15.
- Nindhira Rossellini Putri, & Suhariadi, F. (2013). Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan *Word Of Mouth* pada Pelanggan Klinik Kecantikan London Beauty Centre. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 2017(July), 1–67. <https://doi.org/10.1049/oap-cired.2017.1227>
- Putra Mahdiasukma Achmad Fauzi. (2018). *Pengaruh Word Od Mouth Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Coffe Cabang Kota Malang)*. 55(3), 55–63.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Risya Nurrohyani. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran The Effect of Cashback Promotion on OVO and Go-Pay Against Consumer Behavior of Padjadjaran University Faculty of Econom. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 2, 12–25.
- Robinette. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelangga*.
- Supranto. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Sowe Bistro Medan. *Jurnal EKSEKUTIF*, 15(1), 1–10.
- sutisna. (2012). *Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. 28–47.
- Titing, A. S. (2014). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap *Word Of Mouth* (Studi Kasus di Cafe Come On Coffe Pomalaa).

Jurnal Administrasi Dan Manajemen.

- Yohana, G. P. (2017). *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan medin beauty)*. 5, 1–9.
- Yuristika, M. et al. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui *Word Of Mouth* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Alfamart di Kecamatan Banyumanik , Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4.
- Yusfita, N., & Yulianto, E. (2018). pengaruh experiential marketing dan *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan (survey pada konsumen PT. alhamdi Global Wisata Periode umrah 2015 sampai dengan juni 2017). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 57 No. 1 April 2018*, 57(1), 46–52.