

## DAFTAR REFERENSI

- Alfian, B. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar*. Universitas Hasanuddin.
- Antonio, N. (2012). *Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donuts & Coffee Di Plaza Mulia Samarinda*. Universitas Mulawarman.
- Arfianti, S. R. (2014). Pengaruh Citra dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah. *Management Analysis Journal*, 3(2), 1–23.
- Bilson, S. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Consuegra, D. M. (2007). An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*, 1(1), 1–13.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Methods* (9th Editio). USA: McGraw-Hill.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(3), 1–13.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi Delapan)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM press.
- Hariato, D., & Subagio, H. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Intervening Konsumen KedaiI DEJA- VU Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–18.
- Hill, N., & Alexander, J. (2006). *The Handbook of Customer Satisfaction and Loyalty Measurement* (3rd ed.). New Jersey: Gower Publishing, Ltd.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (2nd ed). NJ: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks., Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Laila, U. N., Rachma, N., & Agus, A. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening (Studi kasus pada pelanggan MCD MT Haryono Malang). *E-JRM*, 6(2), 1–23.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra. (2005). *Riset Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Novandy, N. R., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variable Intervening Pada Pelanggan Ramayana Departemen Store Mall Dinoyo City Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 1(1), 1–30.
- Pramudyo, A. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening ( Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta ). *JBMA*, 1(1), 1–16.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Proceeding of*

*Management*, 4(3), 2922.

- Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Saputra, F. I. (2013). Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank BNI 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 1693.
- Setyowati, E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(2), 102. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Soetjipto, B. (2006). Do leaders' influence tactics relate to members' helping behavior? It depends on the quality of the relationship. *Academy of Management Journal*, 49(6), 1194–1208.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (4th ed.). Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Suratno, A. F., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Journal Of Management.*, 1(1), 1–13.
- Sutopo, T. W. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *JMBA*, 6(4), 1–15.
- Tjiptono, F. (2014). *Prinsip Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, W. (2006). Relationship Effort Dan Kualitas Layanan Sebagai Strategi Penguat Relationship Outcomes (Sebuah Tinjauan Konseptual Dalam Bisnis Ritel Modern Di Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–20.
- Yunida, M. E., & Wijaya, T. (2016). Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 287–297. Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/5032>
- Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2013). *Service Marketing Title* (Sixth Edit). New York: Mc Graw-Hill.