

DAFTAR PUSAKA

- Andreano Henggrawan, Anak Agung Putu Agung, N. P. N. A. (2006). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DISKON, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA P.T. RAMAYANA LESTARI SENTOSA TBK. DENPASAR. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar, 1999(December)*, 1–6.
- Andreano Henggrawan, Anak Agung Putu Agung, N. P. N. A. F. E. dan B. U. M. D. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada P.T. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Denpasar*. 43–66.
- Aryatinigrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). PENGARUH PEMBERIAN PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA ONLINE MARKETPLACE. *Jurnal Ilmu Manajemen, 8*, 946–953.
- Firham Adi Putra. (n.d.). *Pengaruh Brand Experience Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Layanan Jasa Go Food Didalam Aplikasi Go-Jek*.
- Khairin, I., & Hatta, I. (2015). *Pengaruh Emotional..., Irham Khairin Ibnu Hatta, Ma.-IBS, 2015*.
- Nyosino. (2020). *Pengaruh Diskon, Merek, dan Strategi Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Daihatsu PT. Nusantara Autopart Persada. STIE*.
- Praditya, A. D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Perceived Value, Dan Brand Experience Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lion Air di Pulau Jawa)*.
- Pranadata, I. G. P., Rahayu, M., & Hussein, A. S. (2017). Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Industri One Stop Carcare Service di Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen, 4(2)*, 217–228.
- Putra, F. A. (2006). PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA LAYANAN JASA GO FOOD DIDALAM APLIKASI GO-JEK. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 1999(December)*, 1–6.
- Şahin, A., Zehir, C., & Kitapçı, H. (2011). The effects of brand experiences, trust and satisfaction on building brand loyalty; an empirical research on global brands. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 24*, 1288–1301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.143>
- Silvia Khalimatul Adzimah. (2021). PENGARUH HARGA DISKON DAN

PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI. *Program Studi Magister Manajemen UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG*, 3(March), 6.

Togatorop, J., Lie, D., Butarbutar, M., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko a&a Copier Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 70–86. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i2.129>

Biswas A, Wilson EJ, Licata JW. Studi penetapan harga referensi dalam pemasaran: asintesis hasil penelitian. *J Bus Res* 1993; 27: 239–56.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Nasib Dan Ratih Amelia. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa Mengikuti Program MGm (Member Get Member) Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Abdi Ilmu*, 121-133.

Achmad Shofiyyuddin As'ad dan Noermijati. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban)”. *Jurnal Aplikasi Manajemen Vol III*, September 2013

SEMARANG
FEB UNDIP