

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. H. J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV. Andi Offset.
- Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Social Media Marketing Instagram, Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 218–226. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v2i2.770>
- Asmai Ishak, Z. L. (2011). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas*.
- Chandra, Y., Teasdale, S., & Tjiptono, F. (2021). Social entrepreneurship research in the Greater China Region: a scoping review and new research framework. *Journal of Asian Public Policy*, 14(2), 152–181. <https://doi.org/10.1080/17516234.2020.1802907>
- Christopher Lovelock. (2007). *Pemasaran Jasa; Manusia, Teknologi, Strategi (perspektif Indonesia)*.
- Consuegra, D., Molina, A., & Esteban, À. (2007). An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: an Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management, Vol 16*, 459–468.
- David T Kollat, Roger D Blackwell, J. F. E. (1972). The Current Status of Consumer Behavior Research: Developments During the 1968-1972 Period". *Procrrfingd of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*, 576–585.
- Dwi Aryani dan Febrina Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Sarjana dan Reguler dan Diploma FISIP UI). *Jurnal Ilmu Administrasi & Organisasi, Volume 17*(Universitas Indonesia), hlm. 114-126.
- Ghozali I. dan Latan H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Ed. Ke-2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Erlangga.
- Handi, I. (2009). *prinsip kepuasan pelanggan*.
- Hartono, R. (2018). SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI TOKO KALIMAS Rudy Hartono. *Agora*, 6(2).
- Hasan, A. (2014). *Marketing (edisi baru)*. Med Press.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing

- discriminant validity in variance-based structural equation model. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Kotler & Armstrong. (2001). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*.
- Kotler, P.; & Keller, K. . (2009). *Manajemen Pemasaran* (Universitas Singaperbangsa Karawang (ed.); 13th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2007). Dasar - Dasar Pemasaran. *Indeks Kelompok Gramedia*.
- Lupiyoadi, H. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. *Salemba Empat*.
- P, Kotler & Keller, K. . (2008). Marketing Management. *Pearson Education*.
- Rachman, H. (2010). NILAI-NILAI DALAM PENDIDIKAN BERDASARKAN PANCASILA DAN UUD 1945 Huriah Rachmah. *E-Journal WIDYA Non-Eksakta*, 1(1), 7–14.
- Siantar, H. P. (2021). Bussiness Plan Bisnis keju “Catle Cheese” di Surabaya. *Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 3 Edisi Agustus 2021 (190-198)*, 6(3), 190–198. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1559>
- Sinaga, P. P. H. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang)*.
- Smith, Rodney E, and Wright, W. F. (2004). Determinants of Customer Loyalty and Financial Performance. *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 16, Pg. 183.
- Sugiono. (2004). Konsep, Identifikasi, Alat Analisis Dan Masalah Penggunaan Variabel Moderator. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 1(2), 61–70.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Swasta, B. H. H. (2015). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan. Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Tjiptono. (2007). Pemasaran Jasa. *Bayumedia Publishing*.
- Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2000). *Service, Quality and Satisfaction*.
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.