

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldiona, O. A. A., & Waloejo, H. D. (2018). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PEMBELI TAHU BAXO IBU PUDJI UNGARAN). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 98–106.
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2013). Pengaruh produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di kopitiam OEY Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 551–562.
- Band, O. (1991). Membangun Kepuasan Pelanggan. *Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*.
- Bonadonna, L. (2010). Product quality. *Rapid and On-Line Instrumentation for Food Quality Assurance*. <https://doi.org/10.1201/9780203497968>. Ch9.
- Chang, T.-Z., & Wildt, A. R. (1994). Price, product information, and purchase intention: An empirical study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(1), 16–27.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Damayanti, C., & Wahyono, W. (2015). Pengaruh kualitas produk, brand image terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3).
- Durianto, D., & Sitinjak, T. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer Behavior* Holt. *New York: Rinehart and Winston Marketing Series*.
- Fiani, S. (2012). Margaretha dan Edwin Japarianto. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.
- Ghazali, I. (2009). *Multivariate Analysis Application with SPSS Program*. Semarang. *Publishing Agency of Diponegoro University Semarang*.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: Menumbuhkan & mempertahankan kesetiaan pelanggan*.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.

- Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta. Bandung.
- 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).
- Kotler, A., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Erlangga Jakarta. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. (2005). Armstrong.(2012). *Principles of Marketing*, 14.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga. *Jakarta: PT. Prenhallindo*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT. *INDEKS Kelompok Gramedia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga. *Jakarta: PT. Indeks*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management, 14th. *Person Education*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA.
- Kotler, P., Lane, keller kevin, Mairead, B., Macolm, G., & Torben, H. (2009). Marketing Management. In *General Equilibrium Theory*.
- Kotler, Philip, Armstrong. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (13th ed.).
- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*, 1(1), 48–55.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa, cetakan keempat. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Maharani, N. (2015). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75.
- Mardalis. (1999). *Metode penelitian suatu pendekatan proposal*.

- Margaretha, M. (2004). Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi kumpulan AJB Bumi Putera 1912 (studi Kasus di Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3(3), 289–308.
- Molle, M. A., Mandey, S. L., & Kojo, C. (2019). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada royal's resto and function hall di Kota Ternate. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1995). *Consumer Behavior*. 4-th ed. Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 90.
- Nabhan, F., & Kresnaini, E. (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(3), 425–430.
- Ngatno, N. (2015). *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis (dengan program SPSS)*.
- Rangkuti, F. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 60.
- 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.
- Rosi, J., Farida, N., & Budiatmo, A. (2012). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Perilaku Brand switching Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderatingnya (Studi Pada Mantan Pengguna Kartu Pra Bayar Im3 Di Lingkungan Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 82–92.
- Sanjaya, W., Rahyuda, I. K., & Wardana, I. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mie Instan Merek Indomie di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(4), 877–904.
- Santoso, S. (2001). *Bab VII. Analisis Regresi Linier Uji Validitas Dan Uji Reabilitas*.
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada

- konsumen biskuit oreo di carrefour surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen best autoworks. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Siregar, N. (2018). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87–96.
- Stanton, W. J. (1998). Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1. *Jakarta: Erlangga*.
- Sugiyono. (1997). *Metode Penelitian Administrasi*. PT Alfabeta.
- Sugiyono, A. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Alfabeta)*. Bandung.
- SUGIYONO, A. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Alfabeta)*. Bandung.
- SUGIYONO, A. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Alfabeta)*. Bandung.
- SUGIYONO, A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Alfabeta)*. Bandung.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suparyanto, R. W. (n.d.). Rosad, 2015, Manajemen Pemasaran. *Media, Bogor*.
- Sutisna, H. (2003). *Manajemen Keuangan*.
- Tjiptono, F. (1997). Prinsip-prinsip total quality service. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Tjiptono, F. (2004). Kepuasan dalam pelayanan. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).