

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Supraprti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek DI Kota Denpasar.
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga, dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). 7(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Afif, M., & Ramadhan, F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online GOJEK di Kota Malang.
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen selama Pandemi Covid-19 pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal : Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Budiono, A. (2020). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. 17, 2. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02>
- Cham, T. H., Cheng, B. L., Low, M. P., & Cheok, J. B. C. (2021). Brand image as the competitive edge for hospitals in medical tourism. *European Business Review*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0269>
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Dwi, D., Nova, R., Widiastuti, N., & Siliwangi, I. (2019). Pembentukan Karakter Mandiri Anak Melalui Kegiatan Naik Transportasi Umum. 2(2).
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. 1(2).
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>

- Haryono, N., & Octavia, R. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. (Vol. 4, Issue 1).
- Hermawan, A., & Mandala, K. (2017). Pengaruh Retail Mix terhadap Kepuasan Pelanggan pada Foodmart Primo Lippo Mall Kuta. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 785. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i02.p09>
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>
- Maimunah, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nanicova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café and Bistro. (Vol. 7, Issue 2).
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi pada Online Store Lazada).
- Puspitasari, N. B., Susatyo, N. W. P., & Pertiwi, Y. E. (2019). Kepuasan Pelanggan PO Rosalia Indah menggunakan Importance Performance Competitor Analysis (IPCA). In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 14, Issue 2).
- Putri Shinta Purba, S., Lie, D., Chandra, E., Ervina, N., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, S., Studi Akuntansi, P., & Korespondensi Efendi, P. (2021). Strategic: Journal of Management Sciences Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko BK Pematangsiantar. In *Strategic: Journal of Management Sciences* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic>
- Rifa, I., Mitriani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar.

- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Romadhan, R., Nina Indriastuty, H., & Prihandoyo, C. (2019). E-Service Quality Kepuasan Konsumen Melalui E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen. 2086–1117. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Setyowati, E., & Wiyadi, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi.
- Singh, B. (2022). Understanding the role of image, quality and price for developing prestigious mass brands. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2021-0628>
- Singh, G., Slack, N., Sharma, S., Mudaliar, K., Narayan, S., Kaur, R., & Sharma, K. U. (2021). Antecedents involved in developing fast-food restaurant customer loyalty. *TQM Journal*, 33(8), 1753–1769. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2020-0163>
- Sitio, V. S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Pengiriman PT. TIKI. In *Jurnal Ilmiah M-Progress* (Vol. 9, Issue 1).
- Sucipto, E., & Fuad, T. M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. 9.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). In *JBE* (Vol. 26, Issue 2). <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Wicaksana, W. (2020). Pentingnya Kepuasan Pelanggan pada Suatu Bisnis. 1(1). <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Widayanto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk layanan dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Simcard IM3 (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis FISIP Undip). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 61–67. <http://www.topbrand-award.com>,