

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Bader, S., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using the Sobel Test and Hayes Spss Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42–61.
- Aprileny, I., Rizki, D. K., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics Di Mall Metropolitan Bekasi). *Jurnal STEI*, 31(01), 1–17. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1125>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS (I)*. ANDI.
- Firmansyah, A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 281–295. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/179>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.). Badan Penerbit - Undip.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistika Inferensial* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Hardani, Aulia, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2020). Peranan Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Yamaha Di Surakarta. *Excellent*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.621>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (M. Astuti (ed.); 1st ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). Marketing Management. In *Marketingmanagement* (15th ed.). Pearson Education, Inc. <https://doi.org/10.1556/9789630597784>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing: An introduction*. Thirteenth Edition. In *Pearson*.
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Swasta Di Kota Medan*. Deepublish.
- Masruchin, C., & Marlien. (2018). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Nissan Di Kota Semarang Tahun 2017). *Prosiding SENDI_U*, 978–979.
- Meithiana, I. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan - Dr. Meithiana Indrasari - Google Books* (pp. 2–3). https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=pemasaran+adalah&ots=mb6fLOpx8h&sig=xEvbrj5UIEg1B7ja1l_6WgXC9Vs&redir_esc=y#v=onepage&q=pemasaran+adalah&f=false
- Muhammad, M. (2018). *Loyalitas Pelanggan (Dilengkapi Dengan Hasil Penelitian Pada Hotel Berbintang di Provinsi Lampung)* (1st ed.). Deepublish.
- Noor, M. (2021). *NOVELTY / KEBARUAN DALAM KARYA TULIS ILMIAH SKRIPSI / TESIS / DISERTASI NOVELTY / NEWS IN SCIENTIFIC WRITINGS THESIS AND*.
- Nurjanah, P., & Pasundan, U. (2020). Experiential Marketing Dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 13(2), 76–83. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v13i2.3850>
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV PUSTAKA SETIA.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In P. C. Ambarwati (Ed.), *Cv. Wade Group*. WADE Group. CV. Wade Group
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)* (A. Prabawati (ed.); 1st ed.). ANDI.

- Riduwan, & Sunarto. (2014). *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis* (Akdon (ed.)). Alfabeta.
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2* (2nd ed.). Suluh Media.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Atif (ed.); Revisi). PT Refika Aditama.
- Srivastava, M., & Rai, A. K. (2018). Mechanics of engendering customer loyalty: A conceptual framework. *IIMB Management Review*, 30(3), 207–218. <https://doi.org/10.1016/J.IIMB.2018.05.002>
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385–1396. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.012>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryati, L., & Sudarso, A. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Deepublish.
- Syed, T. H., & Khan, N. (2011). Consumer or Customer-Does The Literature Care For A Difference? *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(12). <https://www.researchgate.net/publication/337101678>
- Theodora Simanjuntak, P., Sariguna Johnson Kennedy, P., & BNL Tobing, F. (2016). ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN: STUDI EMPIRIS TERHADAP PRODUK IM3 INDOSAT PADA MAHASISWA FEUKI
Analysis of Customer Loyalty: An Empirical Study of The Product IM3 Indosat on FEUKI Student. *Agustus*, 9816(1), 2540–9220.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (A. Diana (ed.); Ed.1). ANDI.