

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C., & Singh, J. (2005). Curvilinear Effects of Consumer Loyalty Determinants in Relational Exchanges. *Journal of Marketing Research*, 42(1), 96–108. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.1.96.56961>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amin, M. A., & Fauziah Novianti. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pasien Rawat Jalan RSUD Salewangan. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(12), 2562–2571. <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i12.4223>
- Ananda, I. P. S. N., & Setiawan, P. Y. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Pelanggan GO-JEK Di Denpasar. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 20(1), 14–31. <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.646>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (eds revisi). Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran* (edisi pert). Rajawali Pers.
- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan* (Edisi 2). Andi Yogyakarta.
- Bloemer, J., de Ruyter, K., & Peeters, P. (1998). Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and

- satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 276–286. <https://doi.org/10.1108/02652329810245984>
- Borishade, T. T., Ogunnaike, O. O., Salau, O., Motilewa, B. D., & Dirisu, J. I. (2021). Assessing the relationship among service quality, student satisfaction and loyalty: the NIGERIAN higher education experience. *Heliyon*, 7(7), e07590. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07590>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Burhan, U., & Rosyihuddin, M. (2023). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen pada Bank BRI Cabang Gresik. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(Nomor 3), 529–542. <https://doi.org/10.36815/bisman.v6i3.2908>
- Cant, M. C., & Du Toit, M. (2012). Identifying The Factors That Influence Retail Customer Loyalty And Capitalising Them. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 11(11), 1223. <https://doi.org/10.19030/iber.v11i11.7370>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Esa Sekar Hastari, Corry Yohana, & Arvinta Monoarfa, T. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.13>
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. (2022). Pengaruh Brand Image dan

Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(4), 333–343. <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i4.557>

- Gaffar, V. (2007). *CRM dan MPR hotel (customer relationship management and marketing public relations)*. Alfabeta.
- Gee, R., Coates, G., & Nicholson, M. (2008). Understanding and profitably managing customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(4), 359–374. <https://doi.org/10.1108/02634500810879278>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisa multivariat dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square (edisi 4)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares - Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 ((2nd))*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman (5th ed.)*. BPF: Bina Pustaka FEB UI.
- Irawan, H. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan. (Pertama)*. PT. Gramedia: Jakarta.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. RajaGrafindo Persada.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Harlow (ed.); Fourth Edi)*. Pearson Education Inc.
- Khatimah, H. K., & Komalasari, D. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Optimal : Jurnal Ekonomi Dan*

- Kewirausahaan*, 16(1), 16–33. <https://doi.org/10.33558/optimal.v16i1.4451>
- Kock, N. (2015). Common Method Bias in PLS-SEM. *International Journal of E-Collaboration*, 11(4), 1–10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
- Kotler, P. (2004). *Strategi brand management, The Millenium Edition*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Kotler, P. (2014). *Marketing Management* (14 global). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Edisi Ke T). Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing* (Hall twelf). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen pemasaran* (Edisi Dua). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education, Inc.
- Kustini, N. I. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 14(1). <https://doi.org/10.14414/jebav.v14i1.12>
- Laila, N., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen Skincare MS Glow di Surabaya. *Seiko : Journal of Management & Business*, 5(2), 453–464. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.658>
- Lailiyah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Hijab Medyna Collection Situs Shop Online. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v5i1.3889>
- Larasati, F., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota

- Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 530–538. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28797>
- Le, N. T. C., & Khuong, M. N. (2023). Investigating brand image and brand trust in airline service: Evidence of Korean Air. *Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing*, 9(2), 55–65. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10539739>
- Lovelock, C. H., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, strategi* (N. I. Sallama (ed.); Edisi 7). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek* (Pertama). Salemba Empat.
- Martin, M., & Nasib, N. (2021). The Effort to Increase Loyalty through Brand Image, Brand Trust, and Satisfaction as Intervening Variables. *Society*, 9(1), 277–288. <https://doi.org/10.33019/society.v9i1.303>
- Muniarti, P. M., Purnamasari, S. V., Ayu, S. D., Advesia, A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2013). *Alat-alat pengujian hipotesis*. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Munuera-Aleman, J. L., Delgado-Ballester, E., & Yague-Guillen, M. J. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/147078530304500103>
- Napitupulu, E., & Lukiyana. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada PT Taksi Blue Bird Group Jakarta. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 5(2), 71. <https://doi.org/10.52447/mmj.v5i2.1244>
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan 2*. PT Rineka Cipta. [http://digilib.akppersdustira.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=8](http://digilib.akppersdustira.ac.id//index.php?p=show_detail&id=8)
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Peraturan Pemerintah RI. (2021). *Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Permenristek RI Nomor 41 Tahun 2021)*.
- Rangkuti, F. (1997). *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 1(1). <https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607>
- Rudzewicz, A., & Strychalska-Rudzewicz, A. (2021). The Influence of Brand Trust on Consumer Loyalty. *European Research Studies Journal*, XXIV(Special Issue 3), 454–470. <https://doi.org/10.35808/ersj/2439>
- Sahin, 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>
- Sanggarwati, A. J., & Laily, N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(4), 368–382. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i4.6290>
- Sanosra, A., Nursaid, N., & Sugroho, A. S. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 119–131. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10791>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_15-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1)
- Sasikirana, S. E. A., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk White Diary. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10384–10391. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3364>
- Schiffman, & Kanuk. (2010). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0 : Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis* (Seno (ed.)).

- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16522>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunarto. (2010). *Manajemen Pemasaran*. UST Press.
- Supranto, J. (2001). *Statistik teori dan aplikasi. Edisi 6*. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa (pertama)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran I (Kedua)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction (Edisi 4)*. Andi Yogyakarta.
- Wardani, E. K., Febrilia, I., & Rahmi. (2023). Pengaruh Brand Image dan Trust terhadap Customer Loyalty Pelanggan Kopi di Jakarta dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 36–48. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.03>
- Yonata, H., Setiawan, P., Santamoko, R., Ilham, D., & Asdiany, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Satria Antarana Prima. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 11(2), 2502–2514. <https://doi.org/10.47927/jikb.v11i2.14>

- Yum, K., & Yoo, B. (2023). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media. *Sustainability*, 15(14), 11214. <https://doi.org/10.3390/su151411214>
- Yusuf, M., Syafi'i, M. A., & Tammamudin, T. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda. *Islamic Business and Finance*, 4(1), 68. <https://doi.org/10.24014/ibf.v4i1.22073>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>
- Zikmund, W. G., McLeod, R., & Gilbert, F. W. (2003). *Customer Relationship Management : Integrated Marketing Strategy And Information Technology*. John Wiley & Sons.
- Zins, A. H. (2001). Relative attitudes and commitment in customer loyalty models. *International Journal of Service Industry Management*, 12(3), 269–294. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005521>

