

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). Brand equity. *La Gestione Del Valore Della Marca*, 347, 356.
- Andreas, C., & Yunita, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality, Products Quality, and The Price on Nano Store Consumers' Loyalty. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 1(2), 59–69. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Dwi, N., Hanna, M., & Kalangi, E. (2024). Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS), Vol. 01 No.01 Februari 2024 LPPM STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–17.
- Gee, R., Coates, G., & Nicholson, M. (2008). Understanding and profitably managing customer loyalty. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(4), 359–374. <https://doi.org/10.1108/02634500810879278>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Ika, & Widyaningrum, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *STEI: Jurusan Ekonomi*, XX(XX), 1–22. [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W \(2\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal%20Indo%20Ika%20Devi%20W%20(2).pdf)
- Irwan, & Adam, K. (2020). Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya. *Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Keller, K. L., & Aaker, D. A. (1993). The effects of sequential introduction of brand extensions. *Journal of Marketing Research*, 29(1), 35–50.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- Lam, S. Y. (2004). Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Costs: An Illustration From a Business-to-Business Service Context. *American Heart Journal*, 74(1), 1–3. [https://doi.org/10.1016/0002-8703\(67\)90033-6](https://doi.org/10.1016/0002-8703(67)90033-6)
- Maida, C. A., Xiong, D., Marcus, M., Zhou, L., Huang, Y., Lyu, Y., Shen, J., Osuna-Garcia, A., & Liu, H. (2022). Quantitative data collection approaches in subject-reported oral health research: a scoping review. *BMC Oral Health*, 22(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/s12903-022-02399-5>

- McKinsey dan Company. (2023). *New at McKinsey A small book about making a big difference*.
- PD Sugiyono. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Purnama, S. D. R., Herawati, J., & Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Telkom Indonesia Wifi Corner Kotabaru Yogyakarta. *Manajemen Dewantara*, 3(1), 171. <https://doi.org/10.26460/md.v3i1.7657>
- Richter, L. E., Carlos, A., & Beber, D. M. (2021). *Metode Penelitian*.
- Rosyihuddin, M. (2020). Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Gresik. *Manajerial*, 7(01), 19. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v7i01.1067>
- Salesforce. (2023). *Get Started with Salesforce Salesforce, Spring '24 @salesforcedocs*.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Yulianti, A., & Kristiawati, I. (2024). Pengaruh Harga, Media Sosial Marketing, dan Emotional Influences Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue Pada Generasi Muda di Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 1(1). <https://ejurnal.stiamak.ac.id/index.php/jut/article/view/108>