

melakukan perbaikan terbaru mengenai harga, kualitas produk dan citra merek dengan peningkatan produksi dan pengawasan untuk mencapai kualitas yang baik, menawarkan harga yang terjangkau dan citra yang diperoleh dari masyarakat menjadi lebih aktif semua ini meningkatkan loyalitas pelanggan di MS GLOW di Kabupaten Nganjuk. Bagi peneliti lain, dalam analisis ini terdapat bukti bahwa adanya variabel lain mempengaruhi loyalitas pelanggan namun peneliti tidak membahasnya, dengan itu dapat dijadikan sebagai literatur untuk mengerjakan penelitian baru yang serupa dengan memasukkan variabel lain tidak ada dalam penelitian ini. Contohnya perubahan lokasi, promosi, suasana toko guna memperoleh hasil yang berguna bagi semua yang membaca maupun mempelajari penelitian ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Oliver J. Pengertian Kepuasan. *J. Chem. Inf. Model.* 2017;53.
- [2] Hidayat ADS, Lubis D. S. W. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *J. Stud. Manaj.* 2019;1.
- [3] Kotler P, Armstrong G. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12 jilid 1. 2017.
- [4] Kotler P, Keller KL. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks; 2017.
- [5] Tjiptono F. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* 2017.
- [6] Clow KE, Baack DE, Peloza J. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, Canadian Edition. Glob. Ed.; 2017.
- [7] Trotsek D. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk lipcream pixy. *J. Chem. Inf. Model.* 2017;110.
- [8] Hestanto. *Citra Merek (Brand Image) Menurut Para Ahli.* Hestanto Personal Website; 2018.