

## DAFTAR PUSAKA

- Achrol, R., & Kotler, P. (2016). Marketing's lost frontier: the poor. *Markets, Globalization & Development Review*, 1(1).
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*, 4(4), 263-268.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.
- Ariani, D. W., & SE, M. (2014). Karakteristik dan Konteks Hubungan Industrial. *EKMA4367–Hubungan Industrial*, 1-54.
- Assauri, S. (2012). Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value. *Jakarta: Rajawali Pers*, 78.
- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132-144.
- Aziziyah, N. A., & Hakimah, E. N. (2021). DAMPAK HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). Quality counts in services, too. *Business horizons*, 28(3), 44-52.
- Chinsuvapala, P. (2017). Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane.(2016). Marketing Management.(15th global edition) Edinburg: Pearson Education.(679 pp). *KASEM BUNDIT JOURNAL*, 18(2), 180-183.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.
- Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Ghazali, N. H. C. M. (2016). Confirmatory factor analysis of the school-based assessment evaluation scale among teachers. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam*, 21(1), 73-86.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hakimah, E. N., & Aliami, S. (2017). Makna menciptakan impulse buying bagi ritel kecil/UMKM.
- Hasan, A. (2018). Marketing dan kasus-kasus pilihan.
- Kante, M., & Ndayizigamiye, P. (2022). Adoption of Mobile Applications for Self-healthcare Monitoring by the Youth in South Africa. In *Innovation Practices for Digital Transformation in the Global South: IFIP WG 13.8, 9.4, Invited Selection* (pp. 79-96). Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Mamesah, P. R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Lucky Inn Manado. *Productivity*, 1(1), 46-52.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16-38.
- Nainggolan, N. P. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours and Travel Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(1), 231197.
- Nainggolan, N. P. (2018a). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours and Travel Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(1), 231197.
- Nainggolan, N. P. (2018b). PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT GREAT SEASONS TOURS AND TRAVELDI KOTA BATAM. *JIM UPB Volume 6 No.1* 52.
- Natasya, D., & Risnawati, R. (2023). E-CRM Untuk Mendorong Loyalitas Pelanggan Di Toko Buah Bunda. *Journal Of Computer Science And Technology (JOCSTEC)*, 1(2), 76-82.
- N.P.S. Supertini, E. a. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADAPUSAKA KEBAYA DI SINGARAJA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 64-65.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Razak, A., Baheri, J., & Ramadhan, M. I. (2018). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari. *Sigma: Journal of Economic and Business*, 1(2), 10-20.

- Segara, G. G. (2019). *ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, EXPERIENTIAL MARKETING, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI* FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS].
- Seran, M., Sanusi, A., & Manan, A. (2020). Pengaruh Kompetensi, Kompensasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Kontrak di Kantor Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Malaka. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(1), 38-45.
- Seturi, M., & Urotadze, E. (2017). About Marketing Process Model and Relationship Marketing. Proceedings of International Workshop „Model-Based Governance for Smart Organizational Future.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpress.
- Sudarsono, B. (2017). Memahami dokumentasi. *Acarya pustaka: jurnal ilmiah perpustakaan dan informasi*, 3(1), 47-65.
- Sudijono, A. (2012). Pengantar statistik. *Raja Grafindo Persada, Jakarta*.
- Sugiyono, S. (2007). Statistika untuk penelitian. In: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*.
- Sukardi, H. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Tandjung, J. W., & Wijaya, L. (2018). *Entrepreneurial Selling*. Elex Media Komputindo.
- Tartiani, Y. A. T., & Fariscka, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1839-1860.
- Tjiptono, F. (2015). Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17-26.
- Tjiptono, F. (2020). Service management mewujudkan layanan prima.

- Waseza, F. C. (2017). Faktor-Faktor Yang Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Bukit Khayangan Di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. *Nur El-Islam*, 4(1), 89-106.
- Yee, B. Y., & Faziharudean, T. (2010). Factors affecting customer loyalty of using Internet banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 21, 2010.