

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. (2007). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. 1(2), 120–128.
- Dipura, Bayu Andika. 2016 “PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 6 (2) : 145–57.
- Faizal, Hanim, and Nurjanah, Siti. 2019. “PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(2): 307–16.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. ed. Qiara Media. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Frismandana, Alfian dan Tjahjono, Jojok Dwiridho. 2021. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MITRA PINASTHIKA MUSTIKA (Studi Kasus Pelanggan Ahas MPM Motor Bojonegoro). *Jurnal Bisnis Indonesia* 12(1): 150-166.
- Ghozali, M. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Indrasari, Meutiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo Press.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS
- Kurniawan, Gogi. 2020. *PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BERAS ORGANIK MELALUI ECOMMERCE*. Sidoarjo: Mitra Abisatya.
- Khasanah, I. (2014). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 11, 165 – 177.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Quintal, V., dan Phau, I. (2013). Brand leaders and me-too alternatives: How do consumers choose?. *Marketing Intelligence & Planning*, 31, 367–387.
- Rivai, Ade Risman, and Triyono Arief Wahyudi. 2017. “Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Loyaltita Pelanggan Dengan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Kalbisocio* 4(1): 29–37.
- Robbins, Stephen P. 2007. *Perilaku organisasi*. Jakarta: PT Indeks
- Sarwono, Jonathan. 2011. MENGENAL PATH ANALYSIS: SEJARAH, PENGERTIAN DAN APLIKASI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2): 285 - 296
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Sudjana. (2003). *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Taufandra, M., & Rahanatha, G. (2014). Pengaruh citra merek terhadap persepsi kualitas dan loyalitas merek. *E-Jurnal Manajemen*, 3(11), 3342-3356.
- Yulianti, Lamsah, and Periyadi. 2019. *MANAJEMEN PEMASARAN*. yogyakarta: deepublish.