

diskon maupun *insentif*, cepat tanggap, ataupun hal lainnya yang berkaitan dengan ketiga faktor tersebut untuk mendapatkan loyalitas maupun mempertahankan loyalitas dari konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun, dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Akbar, L. D. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- 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>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Bunga Pertiwi, A., Ali, H., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang. *Iqtishoduna*, 16(2), 167–190. <https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.9242>
- Febriani, N. S., Dewi, W. W. A., & Avicenna, F. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Kualitas e-Service pada e-Commerce. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 240–261. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1533>
- Hamonangan, S. V., & Yuliviona, R. Y. R. (2022). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi* 4–5. [http://repo.bunghatta.ac.id/id/eprint/9351%0Ahttp://repo.bunghatta.ac.id/9351/3/BAB KESIMPULAN SARAN DAN DAFTAR PUSTAKA.pdf](http://repo.bunghatta.ac.id/id/eprint/9351%0Ahttp://repo.bunghatta.ac.id/9351/3/BAB%20KESIMPULAN%20SARAN%20DAN%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf)
- Hudaya, D. T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Telkomsel dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Program Rezeki Combo Sakti Telkomsel periode Oktober - Desember 2021). *Jurnal Magenta*, 6(1).
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kurniawati, D. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*.
- Nesan, S. (2021). *Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Di You Nine Cafe Medan) Skripsi Oleh : Siva Nesan Npm : 178320395 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan 2021 Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembe*.
- Pebriany, S. F., Yahya, E. S., & Kania, R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Beauty E-Commerce. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 4–5.
- Rifa'i, K. (2019). KEPUASAN PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION) ;

- Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN OLEH Dr. KHAMDAN RIFA'I%2C SE.%2CM.Si.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU%20MEMBANGUN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20OLEH%20Dr.%20KHAMDAN%20RIFA%27I%2C%20SE.%20CM.Si.pdf)
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Sayoga, P. O., & Suasana, I. G. A. K. G. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1570. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p07>
- Sheva, A., & Batu, R. L. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Wins Fitness Karawang). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 113–120. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.565>
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*. Caramedia Communication.
- Tene, P. M. G., Morasa, J., & Kapojos, P. M. (2023). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI JIWA PT . ALLIANZ LIFE DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATION AND BRAND TRUST ON THE PURCHASING DECISION OF LIFE INSURANCE POLICY AT PT . ALLIANZ LI*. 11(3), 420–430.
- Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS Effect Of Quality Of Service To Customer Loyalty PT . Primagum Sejati In Makassar Piter Tiong*. 1(2), 176–204.
- Wahyu Wijayanti, I., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2015). Management Analysis Journal PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Management Analysis Journal*, 4(1), 50–57. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Wayan, N., & Suprapti, S. (2018). *KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Indonesia merupakan negara berkembang dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi . Beberapa provinsi di Indonesia terus mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya , s. 7(11), 6041–6069*.
- Wulansari, A., & Liwang, D. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee. *Journal Of Management*, 5(3), 402–414. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2624>
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.