

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, S. A., & Masman, R. R. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pt. Artochem Indonesia. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume III No. 3*, 832-840.
- Amir, A., Mandey, S. L., & Tawas, H. N. (2020). Pengaruh Perceived Value, Brand Image Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Engagement sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Indihome Pt. Telkom Manado). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi Vol.7 No.3*, 612-627.
- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II No. 3*, 758-764.
- Andini, I. G., & Seminari, N. K. (2017). Pengaruh Retail Service Terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 12*, 6651-6677.
- Andreas Samudroa, U. S. (2020). Assessing the effects of perceived quality and perceived value on customer satisfaction . *Management Science Letters 10* , 1077–1084.
- Anggara Tritama, N. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear di Grand Indonesia, Jakarta. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. Volume 2*, 447-463.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas. *JUPE Volume 08 Nomor 03*, 86-94.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia) Vol. 7 No. 2* , 137-156.
- Anton Yuliansyah, T. D. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting Volume 2 Nomor 2*, 292-301.
- Ariefandi, V., Sari, P. K., & S.Kom, M. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty (Studi Kasus

- pada Konsumen Pegipegi di Indonesia). *e-Proceeding of Management : Vol.5, No.3*, 3179-3185.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS) Volume 3, Issue 1*, 211-224.
- Chandra, S., & Anggraini, D. (2020). Analysis of the Effect of Car, Bopo, Ldr, Nim And Npl On Profitability Of Banks Listed on Idx for the Period Of 2012-2018. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol. 4 No. 3*, 298-309.
- Chusnaini, A., Rasyid, R. A., & Candraningrat. (2022). Pengaruh Percieved Quality, Corporate Image, Perceived Value yang di Mediasi oleh Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Smartphone Merek Iphone (Studi Kasus pada Gen Z di Surabaya). *Jurnal Media Mahardhika VOL 20 No. 2*, 264-275.
- David. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *AGORA Vol. 6, No. 2*.
- Douglas Chiguvi, P. T. (2017). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Banking Sector. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)* , 55-60.
- Durianto, D. S. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 No.2* , 603-612.
- Fajriani, F. N., & Trenggana, A. F. (2020). The Effect of Perceive Value, E-Lifestyle, and Online Promotion on Consumer Repurchase Intention on Kai Access Users in Indonesia. *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Vol 5, No 1*, 68-82.
- Firly Nur Fajriani, A. F. (2020). The Effect Of Perceive Value, E-Lifestyle, and Online Promotion on Consumer Repurchase Intention on Kai Access Users in Indonesia. *ProBank : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Vol 5, No 1*, 68-82.
- Gunawan, B. G., & Widoatmodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan/Volume 6/No. 2*, 172-177.

- Hadiansah, I. (2017). The Influence Of Customer Perceived Value Toward Customer Satisfaction In Jababeka Golf & Country Club. *FIRM Journal Of Management Studies*, Vol 2, No 2, 84-74.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia (Institut Penulis Indonesia).
- Heriyanto, E., & Susanto, E. H. (2020). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Perceived Risk dan Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt. Xyz. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan/Volume 4/No.3*, 29-34.
- Howshigan, S., & Ragel, V. (2018). The Effectiveness of Switching Barrier on Customer Loyalty Mediated with Customer Satisfaction: Telecommunication Industry, Batticaloa. *South Asian Journal of Social Studies and Economics* 2(2), 1-9.
- Iqbal, M. S., Hassan, M. U., & Habibah, U. (2018). Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business & Management*, 1-23.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Progress Conference Volume 2*, 557-563.
- Japarianto, E. (2019). Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Minat Berkunjung Ulang Mall Di Surabaya Melalui Perceived Quality dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 13, No. 1, 17-26.
- Javed, F., & Cheema, S. (2017). Customer Satisfaction and Customer Perceived Value And Its Impact on Customer Loyalty: The Mediation Role Of Customer Relationship Management. *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol. 22, no. S8, 1-14.
- Juliandi, A. (2018). *Structural equation model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS*. Batam: Universitas Batam.
- Kamalludin, R., & Syafi'i, I. (2021). Peran Orang Tua dalam Mendukung Prestasi Sepakbola di Bangkalan Soccer Academy. *Evaluation Athlete Performance* Vol 4 No 5, 54-61.

- Kenedi. (2022). Pengaruh Konsumsi Energi dan Pajak dengan Mediasi Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Polusi di 9 Negara Asean. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika Vol. 15, No. 01*, 201-210.
- Khalid, Z. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Pengemudi Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Resam Jurnal Hukum Volume 5, Nomor 1*, 57-73.
- Kualitas. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 18 Okt 2021, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kualitas>.
- Kusuma, I., & Lutfiany, V. (2018). Persepsi UMKM Dalam Memahami Sak Emkm Smes Perceptions In Understanding The Accounting Standard For Smes. *Jurnal Akunida ISSN 2442-3033 Volume 4 Nomor 2*, 1-14.
- Lalinthorn Marakanon, V. P. (2017). Perceived quality, perceived risk and customer trust affecting customer loyalty of environmentally friendly electronics products. *Kasetsart Journal of Social Sciences 38*, 24-30.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 450-465.
- Limento, N. Y., & Cahyadi, L. (2020). Analisis Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian. *JCA Ekonomi Volume 1 Nomor 2*, 530-538.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *IqtishaDequity Vol. 1, No. 2*, 57-68.
- Maria, I., Wijaya, V., & Keni, K. (2021). Pengaruh Information Quality dan Service Quality Terhadap Perceived Value dan Konsekuensinya Terhadap Customer Engagement Behavior Intention (Studi Pada Social Commerce Instagram). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis ISSN 2579-6224 (Versi Cetak) Vol. 5, No. 2*, 321-334.
- Md. Mehedi Hasan, M. A. (2020). The Effects of Corporate Image, Service Quality, Consumer Satisfaction, and Perceived Value on Consumer Loyalty: A Field Experience. *International Review of Business Research Papers Vol. 16. No. 1*, 160-176.
- Megadewi, I. (2017). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Honda Vario (Studi Kasus Pada Pengguna Honda Vario di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 6, no. 1*, 240-250.
- Mranani, N. A., & Lastianti, S. D. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian serta

- Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Jurnal Media Mahardhika VOL 20 No. 2*, 252-263.
- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *EKOBIS – Ekonomi Bisnis Vol. 22, No. 2*, 130-142.
- Nuri, H. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Kenikmatan Berbelanja, Gaya Hidup Online Terhadap Impulsive Buying Masyarakat Muslim Millennial. *Journal of Sharia Economics Vol. 3 No. 1*, 49-67.
- Nurjanah, R., Arinastuti, & Suzana, A. J. (2022). Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kewajaran Harga Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Merek Pasta Gigi Nasa Pada Konsumen Di Kota Purbalingga. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol 19 No 1*, 79-88.
- Nyarmiati, & Astuti, S. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng Babe Kabupaten Pati). *Volume 10, Nomor 2.*, 1-14.
- Othman, M., Kamarohim, N., & Nizam, F. M. (2017). Brand Credibility, Perceived Quality and Perceived Value: A Study of Customer Satisfaction. *International Journal of Economics & Management, 11.*, 763–775.
- P, A. K., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 10, No. 1*, 204-225.
- Pechinthorn, K., Irawan, N., Zin, K. S., Suasungnern, S., Samarkjarn, J., & Rahmawati. (2021). Disentangling the role of income level on premium brand perceived quality, awareness, association, and loyalty: A comparative study within Thailand and Indonesia. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen, 18(1)*, 80-95.
- Persepsi. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 18 Okt 2021, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Persepsi>.
- Philip Kotler, K. L. (2008). *Marketing Management. 13 Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Saodah, E. S., & Harini, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Customer

Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Masa Pandemi. *Jurnal Visionida, Volume 8 Nomor 1*, 34-49.

- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial Volume 1, Nomor 2*, 202-224.
- Purnomo, E., & Widowati, R. (2019). Pengaruh Persepsi Nasabah BRI Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BRI Kanca Wonosari. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi Vol.10 No. 1*, 52-64.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 48 No.1*, 124-131.
- Ramadanti, A. A., & Gunawan, J. (2020). Pengaruh Perceived Value dan Perceived Risk terhadap Willingness to Use Studi Kasus Carpooling Mobile Application di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS Vol. 9, No. 1*, 25-30.
- Ramadhan, K. N., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh quality service, perceived quality terhadap brand equity dengan brand image sebagai variabel intervening. *K I N E R J A, Vol 18, No 4*, 614-620.
- Raouf Ahmad Rather, S. T. (2018). Promoting customer brand engagement and brand loyalty through customer brand identification and value congruity. *Spanish Journal of Marketing, Vol. 22 No. 3*, 321-339.
- Rico, Tecoalu, M., Wahyoedi, S., & Purnama, E. D. (2018). The Effects of Trust, Service Quality and Perceived Value on Satisfaction and Their Impact on Loyalty. *ICEBM Untar-International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM)*, 325-330.
- Rismanita, R. A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh Perceived Value dan Satisfaction terhadap Brand Loyalty (Survei Pada Pelanggan Produk Nu Skin di Distributor Resmi Perumahan Aluminium Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 63 No.1*, 207-215.
- Rohim, A., & Arvianto, S. (2017). Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Word Of Mouth Dengan Customer Loyalty Sebagai Variabel Mediasi (Study Kasus Di CV Putra Putri). *EKSIS, Vol 12, No 1*, 83-94.
- S, F. B., & Rutinaias Haholongan, S. M. (2020). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice. dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction di Tokopedia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-19.

- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: 2017.
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta, Volume 2 No. 2*, 247–254.
- Sirait, D. P. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Digest Marketing Vol. 3 No.1*, 79-85.
- Sirothiya, M., & Chavadi, C. (2020). Role of Compressed Biogas to Assess the Effects of Perceived Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *BIMTECH Business Perspectives Volume 1, Number 1*, 70-89.
- Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis Vol 1, No 1*, 11-25.
- Sukma, M., & Riptiono, S. (2022). Pengaruh Transaction Convenience, Coupon Sales Promotion, dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Shopee Pay di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4(1)*, 131-153.
- Sulistiyani, L., & Umi, Y. A. (2021). Pengaruh Persepsi, Perilaku, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Tugu Jogja Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Bhirawa: Journal of Marketing And Commerce Vol 6 No. 1*, 13-20.
- TRAN, V. D., & LE, N. M. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Van Dat TRAN, Nhat Minh Trang LE / Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 9*, 517–526.
- Vonny Susanti, U. S. (2019). The Rational Factors of Perceived Quality and Perceived Value as the Drivers of Customer Satisfaction and Brand Loyalty. *International Journal of Administrative Science & Organization Volume 26, Number 3*, 132-144.
- Wahyuni, D., & Ihsanuddin. (2019). Perceived Value dan Loyalitas Pengguna Kartu Kredit: Peran Kepuasan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen dan Sains 4(2)*, 228-239.
- Wasil, M. (2017). Pengaruh Brand Loyalty dan Perceived Quality terhadap Kepuasan Pembelian. *FORUM EKONOMI Volume 19, No. 1*, 103-118.

- Wicaksana, W. (2020). Pentingnya Kepuasan Pelanggan pada Suatu Bisnis. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial Volume 1, Issue 1*, 317-323.
- Wicaksana, W. R., Paramastri, B., & Ardyanfitri, H. (2021). Purchase Intention Produk Frozen Food Berdasarkan Perceived Quality dan Price Fairness. *Jurnal MANOVA Volume IV Nomor 1, P ISSN : 2685-4716, E ISSN : 2746-282X*, 1-12.
- Wijaya, O. A., Andajani, E., & Rahayu, S. (2020). Menguji determinan individual intention to use pada aplikasi Traveloka. *Journal of Business and Banking Volume 10 Number 1*, 71-89.
- Yaksi, I., Komariah, K., & Ramdan, A. M. (2019). Determinasi Jaminan Layanan dan Perceived Quality terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Honda Ahass 0501. *Journal of Management and Bussines (JOMB) Volume 1, Nomor 2*, 321-332.
- Yaqub, R. M., Halim, F., & Shehzad, A. (2019). Effect of service quality, price fairness, justice with service recovery and relational bonds on customer loyalty: Mediating role of customer satisfaction. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences Vol. 13 (1)*, 62-94.
- Yulianto, A. D., Sunaryo, & Aisjah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kedai Kopi Cak Wang Di Kota Jember). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.2*, 240-253.
- Zain, M. F., & Sopiah. (2020). Perceived Value sebagai Mediator Kualitas Pelayanan dalam Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Driver GO-JEK di Kota Malang Jawa Timur Indonesia. *EKOBIS – Ekonomi Bisnis, Vol. 25 No. 1*, 26-37.