

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, E. Y. and Sulistyawati, E. (2015) ‘*Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Taman Agung*’, *E-Jurnal Manajemen Uud*, 4(4), pp. 1119–1133.
- Agam, R. (2009) *Menulis Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Familia.
- Aini, Z. (2018) ‘*Pengaruh Service Quality dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah*’, 6(2), pp. 149–159.
- Arifin, E. dan Fachrodji, A. (2015) ‘*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan*’, *MIX*, V(1), pp. 124–143.
- Astini, R. (2016) ‘*Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara )*’, XX(01), pp. 19–34.
- Chochořáková, A. *et al.* (2015) ‘Bank Customers’ Satisfaction, Customers’ Loyalty and Additional Purchases of Banking Products and Services. A Case Study From The Czech Republic’, 8(3), pp. 82–95. doi: 10.14254/2071-789X.2015/8-3/6.
- Darwin, S. and Kunto, Y. S. (2014) ‘*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya*’, 2(1), pp. 1–12.
- Dharmawansyah, S., Cangara, H. and Sultan, M. I. (2014) ‘*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar*’, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 3(4).
- Dwiastuti, R., Shinta, A. and Isaskar, R. (2012) *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Ersi, D. Y. and Samuel, H. (2014) ‘*Analysis CRM , Kepuasan Pelanggan Dan*

- Loyalitas Produk*, 8(1), pp. 1–8. doi: 10.9744/pemasaran.8.1.1-8.
- Felita, C. I. and Japariato, E. (2015) '*Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement dan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening di The Body Shop*', 1(1), pp. 1–10.
- Gruber, T. et al. (2010) 'Examining student satisfaction with higher education services Using a new measurement tool'. doi: 10.1108/09513551011022474.
- Ghozali, Imam. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gudono. (2016) *Analisis Data Multivariat*. Jogjakarta: BPE
- Gujarati, N. Damodar dan Porter, C. Dawn. (2015) *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hamid, S., Hosseini, K. dan Behboudi, L. (2017) 'Brand Trust and Image : Effects on Customer Satisfaction'. doi: 10.1108/IJHCQA-04-2016-0054.
- Han, H. et al. (2018) 'How Image Congruity and Satisfaction Impact Customer Retention At Luxury Restaurants ', 46(6), pp. 891–904.
- Hidayati, A. dan Fatimah, S. E. (2017) '*Feel Experience dan Think Experience Marketing Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*', 1(2), pp. 167–174.
- <https://pddikti.ristekdikti.go.id> [Juli 2019]
- <https://www.manajemen.ums.ac.id> [September 2019]
- Hwang, Y. dan Choi, Y. K. (2019) 'Higher Education Service Quality and Student Satisfaction , Institutional Image , and Behavioral Intention', 47(2).
- Iwan, R. B. dan Suhasto, N. (2018) '*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah*', 2(1), pp. 55–64.
- Kartini, R. A., Mubaraq, R. dan Tanamal, J. (2018) '*Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepatu Merek Vans di Kota Palu (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tadulako)*', *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 4(2), pp. 129–138.
- Karyose, H., Astuti, W. dan Ferdiansjah, A. (2017) 'Customer Loyalty : The

- Effect of Service Quality , Corporate Image , Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction as Intervening Variable-An Empirical Analysis of Bank Customers in Malang City', *AIMI Journal*, 4, pp. 336–347.
- Khoironi, T. A., Syah, H. dan Dongoran, P. (2018) 'Product Quality , Brand Image and Pricing To Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty', 8(3), pp. 51–58.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2018) *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. PT INDEKS.
- Mandagi, F. I. K. (2017) 'Pengaruh Citra Merek, Persepsi Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Shampoo Loreal di Kalangan Remaja', *Simki-Economic*, 01(09).
- Masserini, L., Bini, M. dan Pratesi, M. (2018) 'Do Quality of Services and Institutional Image Impact Students ' Satisfaction and Loyalty in Higher Education ?', *Social Indicators Research*. Springer Netherlands. doi: 10.1007/s11205-018-1927-y.
- Mittal, V. dan Kamakura, W. A. (2001) 'Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: 315 Investigating The Moderating Effect Of Customer Characteristics', *Journal of Marketing Research*, 38.
- Neolaka, A. (2014) *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakaya.
- Nurdianasari, R. dan Indriani, F. (2017) 'Studi Mengenai Brand Communication , Brand Image dan Brand Trust Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Hand And Body Lotion', *Diponegoro Journal Of Management*, 6, pp. 1–16.
- Oktaviani, N., Astuti, W. dan Firdiansjah, A. (2019) 'Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan Dan e-WOM', 12(1), pp. 93–112.
- Pratiwi, N. P. L. dan Seminari, N. K. (2015) 'Pengaruh kualitas pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah', 4(5), pp. 1422–1433.

- Qayyum, A. (2013) 'An Analysis of The Antecedents of Loyalty and The Moderating Role of Customer Demographics In An Emerging Mobile Phone Industry', *International Journal of Emerging Markets*, 8(4), pp. 373–391.
- Razak, A. (2017) *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku.
- Risdwiyanto, A. dan Kurniyati, Y. (2015) 'Strategi pemasaran perguruan tinggi swasta di kabupaten sleman yogyakarta berbasis rangsangan pemasaran', *Maksipreneur*, Vol. 5, No(1), pp. 1–23.
- Rivai, A. R. dan Wahyudi, T. A. (2017) 'Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek , Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi', Vol. 4, No, pp. 29–37.
- Rizky, Y. D. H., Sularso, R. A. dan Irawan, B. (2016) 'Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Distro 3Second Di Kabupaten Jember ( The Influence Of Brand Image To Loyalty Through Customer Satisfaction Distributions On 3Second Distro On Jember District )', *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- Safi, F. O. D. (2017) 'The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty : Emotional Brand Image as a Moderating Variable', 7(6), pp. 64–71.
- Sangadji, E. M. dan Sopiha (2013) *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2017) *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 6-Bu. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setyawati, W. A., Rifa'i, M. dan Sasmito, C. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien', *MADANI Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), pp. 50–63.
- Setyawati, E. dan Wiyadi (2016) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan

- Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediator*, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18, no. 2, pp. 102–112.
- Sharma, S. *et al.* (2016) ‘Employing The Modified Cab ( Cognition , Affect , Behaviour ) Model To Assess and Analyze The Customer Satisfaction Level : A Comparative Study Of Two’, 09(02), pp. 265–292.
- Sidabutar, C. B. dan Dharmayanti, D. (2015) ‘*Analisa Pengaruh Brand Experience terhadap Customer Loyalty*’, 1(1), pp. 1–10.
- Sigit, K. N. dan Soliha, E. (2017) ‘*Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah*’, 21(040), pp. 157–168.
- Siregar, S. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono (2016) *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiono (2004) ‘*Konsep, identifikasi, alat analisis dan masalah penggunaan variabel moderator*’, 1, pp. 61–70.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, T. (2017) ‘*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Citra Perguruan Tinggi*’, 1(1), pp. 41–52.
- Tjiptono, F. (2005) *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2007) *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Ubud, Sahnaz dan Ubud, Suzan (2016) ‘*Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Kecintaan Terhadap Loyalitas Merek Pada Restoran Waralaba*’, VI(3), pp. 333–348.
- Upamannyu, N. K. dan Bhakar, S. S. (2015) ‘*Effect of Customer Satisfaction on Brand Image & Loyalty Intention : A Study of Cosmetic Product*’, (April). doi: 10.17722/ijrbt.v4i1.179.
- Utomo, I. W. (2017) ‘*Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , dan Brand*

- Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping ( Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda )*, VIII, pp. 76–84.
- Veloutsou, C. (2015) ‘Brand evaluation , satisfaction and trust as predictors of brand loyalty : the mediator- moderator effect of brand relationships’, (September 2014). doi: 10.1108/JCM-02-2014-0878.
- Wahyudin, N. (2015) ‘*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Pada Sekolah Tinggi Dan Akademi Di Semarang*’, *Holistic Journal of Management Research*, 3(2), pp. 77–93.
- Widiaswara, T. dan Sutopo (2017) ‘*Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*’, *Diponegoro Journal Of Management*, 6, pp. 1–15.
- Widjaja, Y. R. dan Nugraha, I. (2016) ‘*Loyalitas Merek Sebagai Dampak dari Kepuasan Konsumen*’, 1(April), pp. 1–13.
- Wijaya, D. (2012) *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yudha, O. dan Putra, N. (2017) ‘*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Pemediasi pada Bengkel Jolo Sejahtera Madiun*’, 05(01), pp. 70–83.
- Yusuf (2014) ‘Demographic characteristics and Variety Seeking as Moderation on Relationship between Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Switching Intention (Case Study on Telkomsel subscribers in Makassar)’.