

## DAFTAR PUSTAKA

- Dina Zahirotul Amiroh, N. W. S. P. (2021). *Hubungan Antara Kepuasan Dengan Loyalitas Pelanggan Di Hypermart Gresik*.
- Gersom Hendarsono, S. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/524>
- Gunardi, A. (2019). *Pengaruh Community Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Hobbies Shop Bandung*.
- Intan Rahmawati, D., & Agoestiyowati, R. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Dunkin Donuts (Studi Kasus Pada Konsumen Di Koja, Jakarta Utara). In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 1). <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>
- Irmadhan, B. (2021). Model Peningkatan Loyalitas Konsumen Berbasis Digital Marketing dan Brand Image. *Manajemen*, 2(1), 122.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016), 2. [publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033%0A](http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033%0A)
- Metarini, R. A. (2016). *Strategi Bersaing Program Magister Manajemen Universitas Pamulang Terhadap Program Magister Manajemen Universitas Diwilayah Tangerang Dan Sekitarnya*.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk ( Literatul Reviwe Perilaku Konsumen ). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Pujiati, S. S., Haryono, A. T., Paramita, P. D., Jurusan, M., Fakultas Ekonomika, M., Bisnis, D., Semarang, U., Dosen, ), Manajemen, J., & Ekonomika, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Ahyana Collections Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening. In *Journal of Management* (Vol. 02, Issue 02).
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>
- Rajaguru, Rajesh and Matanda. J, M. (2014). *Consumer Perception of Store and Product Attributes and its Effect on Customer Loyalty within the Indian Retail Sector*.

- Rowidah. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Community Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Telkomsel School Community Di Smp N 11 Bogor Oleh Rowidah Departemen Manajemen.*
- Shaw, C., Dibeehi, Q., & Walden, S. (2015). Community Marketing. *Customer Experience*, 55–67. [https://doi.org/10.1057/9780230291775\\_4](https://doi.org/10.1057/9780230291775_4)
- Shubhapriya dan Jin, B. (2019). *From Apparel Product Attributes to Loyalty: A Proposed Framework Using Kano's Theory.*
- Supardi, F., Fadillah, A., & Hakim, L. (2013). Pengaruh Komunitas Pengguna Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Tiger. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (Vol. 1, Issue 2).
- Tjiptono, F. (2008). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Konterporer.*
- Utari, M. D., & Warmika, I. G. K. (2015). Komunitas Merek: Antecedents Dan Consequences Dari Partisipasi KONSUMEN. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.31-42>
- Wardhana, A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Komunitas Terhadap Loyalitas Merek Toyota Di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Yashinta Asteria Norhermaya, H. S. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.Co.Id). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis.*
- Bennur, Shubhapriya dan Jin, ByoungHo. 2009. From Apparel Product Attributes to Loyalty: A Proposed Framework Using Kano's Theory. *International Textile and Apparel Association, USA.*
- Eklof & Cassel, (2001). *Marketing*. USA: Prentice Hall.
- Engel F. James F., Roger D. Blackwell, Miniard W. Paul; 2001. *Perilaku Konsumen*, Terjemahan: Budijanto. Edisi Kedelapan, Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Griffin, J. 2002. *Customer Loyalty: How To earn it, How To Keep it*, Published by Jossey-Bass, Inc., a John Willey&Sons, Inc. Company USA.
- Groth, J.C and Richard T. Dye, 1999. Service quality: Perceived value, expectations, shortfalls, and bonuses, *Managing Service Quality*, Vol. 9 Iss: 4, pp.274-286.
- Kartajaya, Hermawan, 2003, *Rethinking Marketing: Sustainable Marketing Enterprise di Asia*, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. 2006. *Marketing Management*, Twelfth Edition. Pearson Prentice Hall. USA.

- \_\_\_\_\_, Phillip dan Armstrong, (2001), *Principle of Marketing*, Prentice Hall International, Inc. A Division of Simon & Scuster, Englewood Cliffs, Nj07632.
- \_\_\_\_\_, Phillip, and Keller, Kevin Lane. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid II Edisi Kesembilan, Terjemahan Hendra Teguh, SE. AK dan Ronny, SE. AK, Jakarta: Penhalindo.
- \_\_\_\_\_. Dan Gary Armstrong, 2004, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi, Terjemahan: Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. Dan Kevin Lane Keller, (2006), *Marketing Management*, Prentice Hall International, Inc. A.
- \_\_\_\_\_. Dan Swee Hoon Ang., 2002, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Jilid II Edisi Pertama, Terjemahan Handoyo Prasetyo, Yogyakarta: ANDI.
- Oliver, Richard L. (1999). *Whence Consumer Loyalty?* Journal of Marketing Vol.63. pp. 33-34.
- \_\_\_\_\_, (1981). *Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting*. Journal of retailing, Vol. 57 (Fall), PP.25-48.
- Parasuraman, A., Valerre A. Zeithmal and Leonard Berry., 1988, Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Refailing*. Vol. 64, Spring, pp. 12-40.
- Rajaguru, Rajesh and Matanda. J, Margaret. 2010. Consumer Perception of Store and Product Attributes and its Effect on Customer Loyalty within the Indian Retail Sector. *Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC), Brisbane Qld Australia*.
- Ramana Reddy, T. N. Reddy, and B. Abdul Azeem. 2011. Influence of Store Satisfaction, Merchandise Quality, and Service Quality on Store Loyalty. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 2, No. 5.
- Slater. S.F., and John, C. Narver. 1994. *Market Orientation, Customer Value, and Superior Performance*, *Business Horizons*.
- Tjiptono, F., 2008. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Edisi I, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tse David K., dan Peter c. Wilton. 1998. Models Of Consumer Satisfaction Formation an extension. *Journal of marketing research*. Vol 25, 204-212.

Zeithmal, V.E & M.J. Bitner. (2003). *Service Marketing: Intergrating Customer Focus Across the Firm*. 3<sup>rd</sup> Ed. Boston: McGraw – Hill/Irwin.