

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Alif Viando, H. R., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Brand Vamo di Yogyakarta). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2), 503–516.
- Bockorny, B. &. (2014). Pengaruh Self Congruity dan Brand Personality Terhadap Brand Community untuk Meningkatkan Brand Loyalty. *Baclay & Bockorny*, 5(1), 1–14.
- Caniago, C., Siregar, R. T., Julyanthry, J., & Pakpahan, G. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 21-31.
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1.

- Darajah, R., Widjajanti, K., & Kuswardani, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Sustainable Business Journal*, 1(1), 1–14.
- Fauzi, A. V., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 426.
- Ghozali, I., (2014). *Structural Equation Modelling', 4th ed.* Semarang: Badan Perbit Universitas Diponegoro.
- Harmen, E. L., Semiarty, R., & Lita, R. P. (2020). Model Keterkaitan Persepsi Nilai, Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit Model Keterkaitan Persepsi Nilai, Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 216–225.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.
- Juliandi, (2018). *Structural Equation Model Based Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS.* Batam: Universitas Batam.
- Junaidi, J. (2022). Pengaruh Citra Merek and Brand Equity Terhadap Purchase Decision Pia Di Cv. Pia Manalagi Probolinggo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 254–267.

- Kresnamurti RivaiP, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Masili Veronica, L. B. T. V. . M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa, 10(4), 44–55.
- Nastiti, A., & Astuti, S. R. T. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 126–136.
- Sianipar, G. J. . (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19, 183–196.
- Wandik, Kandius. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Serta Citra Perusahaan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Internasional Sentani-Jayapura. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 5 (2), 1-10.

- Wibowo, Setyo Ferry Sarih, Iin Pusfita Sarih Kresnamurti, A. (2014). Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Indomaret Palmerah). *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 5(2), 304–324.
- Wijaya, A. F. B., Surachman, S., & Mugiono, M. (2020). *The Effect of Service Quality, Perceived Value and Mediating Effect of Brand Image on Brand Trust*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56.
- Winton, K., Sukrin, S., Aswira, R., & Haryanto, A. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Baubau. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 7(2), 121.
- Yeyen Nuraeni, Devina Anggraeni, Titi Kumala, Malihatunisa, Sholihah, Ika Nurfarikha, Dika Hadiana, I. W. (2018). “Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating” (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan 2021). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (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.