

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, & Jogiyanto. (2020). Konsep dan aplikasi: structural equation modeling berbasis varian dalam penelitian bisnis.
- Adinugraha A. T., M. S. (2015). Analisis pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Di D'cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 643-655.
- Agustin, Arifin, M. M., & Lusia, V. (2023). Customer Satisfaction Index Dan Service Quality (Servqual) Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Usaha Rumah Setrika. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 11(2), 9–22.
- Anggraini F., B. A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *JUPE*, 3(8), 86-94.
- Badar, N. A. (2023, 1 November), *Sri Mulyani nilai industri jasa terus berkembang pesat di era digital. Antara News* [Online], Tersedia: <https://www.antarane.ws.com/berita/3803238/sri-mulyani-nilai-industri-jasa-terus-berkembang-pesat-di-era-digital>. [Akses: 4 September 2024].
- Bitner, M. J., & Brown, S. W. (2008). The Service Imperative. *Business Horizons*, 51(1), 39–46.
- Budiyanto, E. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GIANT SUPERMARKET RUNGKUT SURABAYA. *GLOBAL*, 1(3), 36-46.
- Chandra C., K. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP CUSTOMER PURCHASE DECISION. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(3), 176-185.
- Choi, T. Y., & Cho, Y. J. (2020). The influence of customer satisfaction on expectation in retail and service sectors: An empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 101897.

- Dewi T. U., N. P. (2020). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY INSTITUT FRACAIS INDONESIA DI SURABAYA. *Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB)*, 2(3), 30-39.
- Dipura, B. A. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 2(6), 145-157.
- Dzulkharnain, E. (2019). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis data menggunakan aplikasi smartpls v. 3.2. 7 2018. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–18.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giantara M.S., S. J. (2014). PENGARUH BUDAYA, SUB BUDAYA, KELAS SOSIAL, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP PERILAKU KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE TRADISIONAL OLEH MAHASISWA DI SURABAYA. *Jurnal Hospitality dan manajemen jasa*, 1(2), 111-126.
- Handoko, R. F. (2019). PERSEPSI DAN EKSPEKTASI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN KERETA BANDARA SOEKARNO-HATTA. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia*, 1(3), 17-22.
- Hasits, M. (2016, 01 Agustus). Di Bandung lagi tren anak muda bertato. *Bandung Merdeka* [Online] Tersedia: <https://bandung.merdeka.com/gaya-hidup/read/88092/di-bandung-lagi-tren-anak-muda-bertato> [Akses: 4 September 2024].
- Hayati, S. R., & Putri, S. A. M. (2021). Analisis literasi halal, label halal, Islamic branding, dan religious commitment pada pembelian makanan di Tsabita Halal Bakery. *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, 6(2), 164–176.
- Hsu, M. H., & Lin, J. C. (2018). The impact of customer satisfaction on customer expectations in the mobile industry. *Journal of Business Research*, 86, 233-240.
- Imron. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. Indonesian

- Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19–28.
- Kinanthi G., E. d. (2019). PENGARUH CUSTOMER EXPECTATIONS DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA USER APLIKASI DINOTIS. JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI , 3(10), 853-870.
- Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). Up and out of poverty: The social marketing solution. Pearson Prentice Hall.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2016). Creating enduring customer value. *Journal of Marketing*, 80(6), 36-68
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Kenonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 1-8.
- Nauvan, MA, Aziz, F, Hidayat, AM, & Artadita, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna New Livin' By Mandiri) .telkomuniversity.ac.id, <<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18304>>
- Ningsih A., H. D. (2023). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER EXPECTATION TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* , 2(3), 2219-2229.
- Nuraeni R., E. A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *JURNAL ILMU MANAGER*, 4(2), 487-498.
- Paramita, Dianti, & Nia, R. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130–142.
- Permatasari, A. (2020). PELAKSANAAN PELAYANAN PUBLIK YANG BERKUALITAS. *DECISION : Jurnal Administrasi Publik*, 1(2), 51-56.
- Pramudya, RB, & Firmialy, SD (2022). Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty di Coffee Shop: A Comparative Study of Generation Z Individuals Exhibiting High Vs Low Financial Literacy. *journal.steamkop.ac.id*,

<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/3247>

- Prastiwi, N. L. P. E. Y. (2020). Leader-Member Exchange (LMX) sebagai Pemediasi Hubungan Kepercayaan dan Kepuasan Kerja Karyawan. *ARTHA SATYA DHARMA*, 13(1), 77–85.
- Pundenswari, P. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik bidang Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Publik*, 1(11), 13-21.
- Putra, Z. (2022). Meningkatkan kinerja organisasi pada sektor lembaga pendidikan tinggi: Analisis multi group dengan PLS-SEM. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(1), 1–16.
- Rabiqy, Y. (2019). PENGARUH EKSPEKTASI PELANGGAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INTERNET TELKOMSEL DI BANDA ACEH. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 53-63.
- Revdian Ibnu Ismail, Martini, & Nova Scoviana H. (2024). MOTIF MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA MENGGUNAKAN TATO. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 2854–2859.
- Rio, P. (2021). DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS. *JEMSI JURNAL EKONOMI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI*, 4(2), 517-514
- Ristani V., N. H. (2021). ANALISIS HARAPAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA SAAT PANDEMI COVID-19. *Economy Deposit Journal (E-DJ)* , 1(3), 52-62.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3).
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh promosi dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi shopee (studi pada mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Sembiring I. j., S. K. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(15).

- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran mediasi customer satisfaction dalam customer experience dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2).
- Sinta Sukma Ayu, Mega Hasibuan, Tiara Hasanah Putri Saragih, & Nurbaiti Nurbaiti. (2023). Analisis Strategi Rumah Makan Padang Sinar Dalam Memenuhi Customers Expectations. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 39-49.
- Sugiyono. (2019). Pengaruh Interaksi antara BAP dan IAA terhadap Multiplikasi Tunas Talas Satoimo (*Colocasia esculenta* (L.) Schott var. *antiquorum*) Secara In Vitro. *BioEksakta: Jurnal Ilmiah Biologi Unsoed*, 1(2), 48–55.
- Sugiyono. (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D.e
- Tjiptono. (2004). *Manajemen jasa*. Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Trilaksono A. I., P. B. (2023). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan PELanggan Sebagai Variabel Intervening : Studi Kasus Pada Gojek Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa ROiba Journal*, 1(5), 101-112.
- Zhou, L., & Wu, K. (2021). Perceived value and its impact on customer expectations: Evidence from the e-commerce industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102407.