

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Syarif Maulana. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. In *TOI Jurnal Ekonomi* (Vol. 7, Issue 2).
- Adlina, A. (2022). *Perkembangan Anak Usia 17 Tahun, Bagaimana Tahapan Yang Sesuai?* Hellosehat.Com.
- Ageng Lestari. (2021). *Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan Optimalisasinya*. Gramedia.Com.
- Amstrong, G., Steward, A., Denize, S., Volkow, M., & Kotler, P. (2018). Principles of Marketing. In *BSAVA Manual of Small Animal Practice Management and Development* (Ed. 7). Pearson International. <https://doi.org/10.22233/9781910443156.25>
- Andrea Lidwina. (2021). *Peluang Indonesia Jadi Kekuatan Ekonomi Dunia Pasca-Pandemi*. Katadata.Co.Id.
- Anwar, H. (2018). *PLS SEM: Pengukuran Kecocokan Model (Inner dan Outer)*. <https://www.statistikian.com/2018/08/pls-sem-pengukuran-kecocokan-model-inner-dan-outer.html#>
- Budiono, A. (2020). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian*. 17, 2. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02>
- Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini, P. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1744–1758.
- Effendi. (2018). *Psikologi Konsumen*. PT Rajagrafindo Persada.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (Ed. 4). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.

- Hahn. (2012). *Perilaku Konsumen*. Indeks Gramedia.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Ed.1). CAPS Publishing.
- Herry. (2019). *Manajemen Pemasaran (D. S, ed.)*. PT Grasiondo.
- Juliansyah, N. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi Dan Manajemen*. PT. Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A Frame Work For Marketing Management* (Ed. 6). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Mangement*. Pearson Edition Limited.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Musholikhah, Wayan Eka Mitariani, N., & Gusti Ayu Imbayani, I. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tableware pada CV. Indo Piranti Mulia*.
- Nadhifah, N. (n.d.). *Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Citra Kreasi Makmur*.
- Nofitasari, D. R. (2019). *Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tupperware Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Distributor Anna Tupperware Perum OKAZ Mansion Ponorogo)*.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitin Ekonomi & Manajemen* (2nd ed.). PT Grasindo.
- Oliver, J. (2013). Perilaku Konsumen dan Etika dalam memilih produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1689–1699.
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Prastyo, H. E., & Oetarjo, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Roman Ceramic International di Mojokerto. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 3(1), 35–51.

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Purnamawati, N., Mitariani, N., & Anggraini NPN. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Bandung*.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, 16*(1).
- Randi, F. (2017). *Studi Deskriptif Kepuasan Pelanggan Shopa Room Boutique Di Surabaya*. 5(1).
- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- Saraswati, Y. D. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 9*(2), 95–108.
- Sendy Octavia Puspa Juwita. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Kepemilikan Rumah Pada BTN Kantor Cabang Surabaya KCP Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif , Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Revisi Januari 2010).
- Sihite, J., Assauri, S., & Halim, R. E. (2018). *Brand promise and reputation against the campaign of a political party*.
- Similar Web. (2022). *SimilarWeb*. Similarweb.Com.
- Soetristiyono, Y. E., & Vanel, Z. (2022). Integrated Marketing Communication Naruna Keramik Dalam Membangun Brand Awareness Pada Masa Pandemi. *Jurnal Pustaka Komunikasi, 5*(2), 248–263.
- Stikubank, U., Ni, E., Choiriah, matul, & Liana, L. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan*. [www.motorbloginfo.wordpress.com](http://www.motorbloginfo.wordpress.com)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Ed.27). Alfabeta.

- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujani. (2017). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret*.
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Tjiptono. (2017). *Service, Quality, & Satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan* (1st ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service quality & satisfaction* (Ed.4). ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran, dan Strategi* (Ed.1). ANDI.
- TOP BRAND INDEX. (2022). *Top Brand For Gen-Z Indeks 2022*. Topbrand-Award.Com.
- Uddin, M. B. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*, 121(11), 2791–2808. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2019-0140>
- Wahdah, K. H. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Widhi Luthfi. (2021). *Kinerja Produk Keramik dalam Mendukung Ekonomi Kreatif Indonesia*. [www.Goodnewsfromindonesia.Id](http://www.Goodnewsfromindonesia.Id).
- Willy Abdillah, & Jogiyanto Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equational Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). Andi.
- Windasuri, S. (2017). *Excellent Service*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Ed.1). Kencana.
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? Perceived price, service quality,

food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4), 460.