

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatika, M. (2017). *Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Perceived Sacrifice Terhadap Customer Satisfaction*. Purworejo : Univeristas Muhammadiyah Purworejo: Skripsi Program Sarjana Ekonomi.
- Anggraeni, P. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Pelanggan Pasar Umum Ubud. *Telaah Bisnis*, Volume 16.
- Anton Yuliansyah, T. D. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *Costing: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 292-301.
- Ardhy, A. P. (2017). Analisa Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Perceived Value Pada Hotel X Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Faklutas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya*, 1-14.
- Argini. T. D (2015). *Pengaruh Kepribadian Merek, Perceived Value dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta: Skripsi Program Studi Manajemen.
- Bisnis.com. (2019). Meneropong Prospek Industri Ritel Modern Hingga 2021. 4 September 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190904/12/1144434/meneropong-prospek-industri-ritel-modern-hingga-2021>. Visitasi : 17 April 2020.
- Data CEIC. (2020). Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>. Visitasi : 17 April 2020
- Dexi Tridinda, A. P. (2018). Peranan Relational Benefit dan Perceived Value dalam Meningkatkan Trust dan Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan (Studi pada Miracle Aesthetic Clinic Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , 65-78.
- Febriana, D. K. (2018). *Pengaruh Store Attribute terhadap Customer Brand Store Loyalty Melalui Customer Perceived Value di Mitra Toserba Sukohrajo*. Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta: Skripsi Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Firdaus, M. (2018). *Pengaruh Store Attribute Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perceived Value di Transmart Surabaya*. Surabaya : Universitas Airlangga: Skripsi Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Manajemen.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Keller, dan Koller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, dan Koller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Listiono, F. I. (2015). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 1, 1-9*.
- Muhyidin. (2017). *Pengaruh Atribut Toko Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Toko Ritel (Studi Kasus pada Toko Basmalah Cabang Rembang Kabupaten Pasuruan Jawa Timur)*. Malang: Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim : Skripsi Program Sarjana Ekonomi.
- Ndoen, J. R. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value terhadap Loaylitas Pelanggan Hotspot Wifi.Id di Denpasar . *E-Journal Manajemen*.
- Ipot News. (2020). Aprindo : Pertumbuhan Ritel Indonesia. 9 Maret 2020, https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Aprindo__Pertumbuhan_Ritel_Indonesia&news_id=116734&group_news=IPOTNEWS&taging_subtype=PG002&name=&search=y_general&q=,&halaman=1.
 Visitasi : 17 April 2020
- Perwira, B. T. (2016). Pengaruh E-Service Quality da Perceived Value terhadap kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada mahasiswa Brawijaya yang Melakukan Transaksi Online dengan Mobile Application Tokopedia). *Adiministrasi Bisnis Vol . 38 No. 2, 9*.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Risna Yasinta, S. M. (2015). Pemodelan PDRB Propinsi Jawa Timur dengan Pendekatan Sistem Persamaan Simultan. *Statistika FMIPA-ITS, 1-15*.
- Serawati, F. M. (2019). Pengaruh Harga dan Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Ekonomi Syariah*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Sattistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sunarto, R. (2015). *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.

Suratman, A. (2015). Analisis pengaruh Perceived Value, Kepuasan dan Kepercayaan pada Loyalitas Konsumen (Studi pelanggan transportasi Rosalia Indah Karanganyar). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 25-38.

Tarofder, S. R. (2016). Identifikasi Peran Perceived Value dalam Hubungan antara Store Attribute dan Loaylitas Merek Pelanggan di Kuala Lumpur. *Procedia Economics and Finance*, 432-438.