

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Pada, R. Makan, B. Tungku, D. I. Kabupaten, and F. W. Putra, "KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali ," vol. 7, no. 1, pp. 525–554, 2018.
- [2] A. M. Vol, "Among Makarti Vol.10 No.19, Juli 2017 70," vol. 10, no. 19, pp. 70–90, 2017.
- [3] G. Keloay, W. Rumawas, and S. Asaloei, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado," *J. Adm. Bisnis*, vol. 8, no. 2, p. 26, 2019, doi: 10.35797/jab.8.2.2019.23511.26-33.
- [4] M. Budi Setiawan and U. Ukudi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Pd. Bpr Bank Pasar Kendal)," *J. Bisnis dan Ekon. (JBE)*, Sept. 2007, Hal. 215-227 Vol.14, No.2, vol. 14, no. 2, pp. 215–227, 2007.
- [5] P. Produk, H. Dan, and K. Layanan, "DI JNE MOJOKERTO Hartono Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit (UNIM) Email : Hartono.eka@gmail.com Abstract Marketing services is very important for a service company in order to market a product company into the market in accordance with the ta".
- [6] R. G. Abdilhaq, N. Rachma, and A. B. Primanto, "Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang," *J. Ilm. Ris. Manaj.*, vol. 9, no. 3, pp. 53–67, 2020.
- [7] G. Setiadi, H. Djoko, and W. Ngatno, "Pengaruh emotional branding, nilai pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan J . CO Java Mall Semarang," *J. Adm. Bisnis*, vol. 4, no. 4, pp. 1–14, 2015, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9230>
- [8] A. Taufiq, "Pengaruh Emotional Branding, Customer Value, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bakso Lapangan Tembak Senayan Bekasi," pp. 62–98, 2020.
- [9] K. Srimulyo and A. Mardiyah, "Pengaruh Emotional branding Terhadap Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya," *JPUA J. Perpust. Univ. Airlangga Media Inf. dan Komun. Kepustakawanan*, vol. 10, no. 2, p. 66, 2020, doi: 10.20473/jpua.v10i2.2020.66-82.
- [10] A. S. Aprili Sabtu, "Pengaruh Customer Trust, Customer Satisfaction, Ability dan Benevolence terhadap Customer Loyalty di Restoran Cepat Saji Mcdonald's Ambarukmo di Yogyakarta," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 1, no. 9, pp. 85–95, 2018.

- [11] D. W. R. Wati, N. Fatmawatie, and N. Fauza, “Pengaruh Customer Satisfaction dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely,” *J. Islam. Econ. Dev.*, vol. 4, no. 1, pp. 50–71, 2020.
- [12] R. M. K. Djami, R. M. Shihab, and Wardah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Biaya Pendidikan Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Memilih Program Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang,” *J. Ekon. Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 869–880, 2019.
- [13] R. I. Pradana and S. Suryoko, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Gastron. ecuatoriana y Tur. local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5–24, 1967.
- [14] W. N. Sari, Murtono, and E. A. Ismaya, “Jurnal Inovasi Penelitian,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 11, pp. 2255–2262, 2021.
- [15] A. I. I. Lya Ainun Zahara, “Pengaruh Emotional Branding Dan Emotional Connection Compass Terhadap Loyalitas Pelanggan,” vol. 7, no. 2, pp. 151–156, 2020.
- [16] W. Sujarweni, *metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. yogyakarta, 2015.
- [17] A. Manampiring and R. Wenas, “Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado,” *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 4, no. 2, pp. 1313–1322, 2016.
- [18] Jasmalinda, “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 10, p. 5, 2021.
- [19] H. Sri, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kesehatan Kuantitatif & Kualitatif*. 2017.
- [20] S. Nasution, “Variabel penelitian,” *Raudhah*, vol. 05, no. 02, pp. 1–9, 2017, [Online]. Available: <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>
- [21] A. T. Hidayat and E. F. Fitria, “Capital Intensity, Inventory Intensity,” *Eksis*, vol. 13, no. 2, pp. 157–168, 2018.
- [22] A. A. Effendy and D. Sunarsi, “Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan,” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 4, no. 3, pp. 702–714, 2020, [Online]. Available: <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/571/248>