

## DAFTAR PUSTAKA

Achsan, Z., Lubis, N., & Widayanto. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen ( studi kasus Ina Swiss Optik Cabang Plaza Gajah Mada Semarang ). In Dipenogoro Journal Of Management.

Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction'. Management Science Letters, Vo. 9, No. 1, pp. 13-24

Bahri, D. M. M. (2010). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Hubungan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada Bank BRI Cabang Pattimura Semarang). In Dipenogoro Journal Of Management (Vol. 141, Issue July). <https://doi.org/10.1104/pp.105.076240>

Cha, S. S. & Seo, B. K. (2020). The effect of food delivery application on Customer Loyalty in Restaurant. The Journal of Distribution Science, Vo. 18, No. 4, pp. 5-12.

Cheng, C. C., Chang, Y. Y., & Chen, C. T. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. International Journal of Hospitality Management, Vo. 95, pp. 102938.

Cheng-Wu, H. (2013). An Empirical Study of the Effects of Service Quality, Perceived Value, Corporate Image, & Customer Satisfaction on Behavioural Intentions in the Taiwan Quick Service Restaurant Industry. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, Vo. 14, No. 4, pp. 364-390

Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). Loyalitas Konsumen: implikasi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, kedekatan emosional. INOVASI:Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen, 18(3), 501-512. <https://doi.10.29264/jinv.v18i3.10636>

Handayani, E., & Siahaan, H. B. (2016). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Loyalitas Klien Pt. Mega Jasa Reinsurance Brokers. Jurnal Pengembangan ..., 131–140.  
<http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/43>

Harahap, D. A., & Amanah, D. (2019). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 15–26. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2991>

Hariyatningsih, A., Suddin, A., & Ernawati. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Dan Airline Image Sebagai Pemediasi (Survei Pada Loyalitas konsumen: implikasi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, kedekatan emosional Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roellyanti INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen Vol. 18 (3) 2022 511 Pengguna Jasa Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Airline Di Kota Surakarta Dan Diy). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 143–160.

Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika*, 8(2), 115–128. <https://doi.org/10.31289/analitika.v8i2.875>

Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga

Lyana, L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Emosional Pada Pelanggan Anna Face & Body Care Centre Sarawak. *Jurnal Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.26460/jm.v6i1.203>

Maharani, A. dhiah. (2010). Analisa Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega semarang. *Navigation*, 129. <https://doi.org/10.1002/j.2161-4296.1970.tb00024.x>

Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 9(1), 73–81. <https://doi.org/10.9744/jmk.9.1.pp.73-81>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp. 12–40.

Rafi, A. R. and Nugroho, D. A. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Volume 01, Number 3, Pages 376-382. Universitas Brawijaya. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.11>.

Repiannur, Rachma, N., & ABS, M. K. (2020). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Hypermart Giant Jl .... *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 29–47.

<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6102%0Ahttp://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/6102/5009>

Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>

Setiadi, G., Djoko, H. W., & Ngatno. (2015). Pengaruh emotional branding, nilai pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan J. CO Java Mall Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9230>

Sinaga, P. P. H. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang). In Diponegoro *Journal Of Management*.

Sinurat, E. J. (2016). Kualitas Pelayanan Dan Faktor Emosional Terhadap Pembentukan Loyalitas Konsumen Pada Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Kabanjahe. *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi*, 5(1), 81–85.

Suhasto, R. I. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.770>

Suhasto, R. I. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.770>

Susanti, R., Pertiwi, D. K. A., & Rahadhini, M. D. (2020). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan O’pallet Cafe Boyolali). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 1–14.

Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa*. Andi Offset

Tjong, F. V., Zulfikar, Mersa, N. A., & Putri, A. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kedekatan Emosional Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bankaltimara Unit Usaha Syariah Samarinda. *Jurnal Eksis*, 16(1), 97–105.

Wijayanti, A., Prihatin, Y. T., & Mursito, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD Toko Pelangi Surakarta. *Indonesian Economics Business and ...*, 1(1), 100–103. <https://journal.uniba.ac.id/index.php/IJEBMR/article/view/112>

## DAFTAR PUSTAKA

Achsan, Z., Lubis, N., & Widayanto. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen ( studi kasus Ina Swiss Optik Cabang Plaza Gajah Mada Semarang ). In Dipenogoro Journal Of Management.

Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction'. Management Science Letters, Vo. 9, No. 1, pp. 13-24

Bahri, D. M. M. (2010). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Hubungan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada Bank BRI Cabang Pattimura Semarang). In Dipenogoro Journal Of Management (Vol. 141, Issue July). <https://doi.org/10.1104/pp.105.076240>

Cha, S. S. & Seo, B. K. (2020). The effect of food delivery application on Customer Loyalty in Restaurant. The Journal of Distribution Science, Vo. 18, No. 4, pp. 5-12.

Cheng, C. C., Chang, Y. Y., & Chen, C. T. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. International Journal of Hospitality Management, Vo. 95, pp. 102938.

Cheng-Wu, H. (2013). An Empirical Study of the Effects of Service Quality, Perceived Value, Corporate Image, & Customer Satisfaction on Behavioural Intentions in the Taiwan Quick Service Restaurant Industry. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, Vo. 14, No. 4, pp. 364-390

Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). Loyalitas Konsumen: implikasi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, kedekatan emosional. INOVASI:Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen, 18(3), 501-512. <https://doi.10.29264/jinv.v18i3.10636>

Handayani, E., & Siahaan, H. B. (2016). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Loyalitas Klien Pt. Mega Jasa Reinsurance Brokers. Jurnal Pengembangan...,131–140.  
<http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/43>

Harahap, D. A., & Amanah, D. (2019). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 15–26. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2991>

Hariyatningsih, A., Suddin, A., & Ernawati. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Dan Airline Image Sebagai Pemediasi (Survei Pada Loyalitas konsumen: implikasi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, kedekatan emosional

Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika*, 8(2), 115–128. <https://doi.org/10.31289/analitika.v8i2.875>

Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga

Lyana, L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Emosional Pada Pelanggan Anna Face & Body Care Centre Sarawak. *Jurnal Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.26460/jm.v6i1.203>

Maharani, A. dhiah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega semarang. *Navigation*, 129. <https://doi.org/10.1002/j.2161-4296.1970.tb00024.x>

Novi, H. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kantor Kas UNISMA). Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Islam Malang. Malang.

Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 9(1), 73–81. <https://doi.org/10.9744/jmk.9.1.pp.73-81>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: a multi- item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp. 12–40.

Rafi, A. R. and Nugroho, D. A. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator. *Jurnal*

Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Volume 01, Number 3, Pages 376-382. Universitas Brawijaya. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.11>.

Repiannur, Rachma, N., & ABS, M. K. (2020). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Hypermart Giant Jl .... Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 29–47.

<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6102%0Ahttp://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/6102/5009>

Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 5(1), 109. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>

Setiadi, G., Djoko, H. W., & Ngatno. (2015). Pengaruh emotional branding, nilai pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan J. CO Java Mall Semarang. Jurnal Administrasi Bisnis, 4(4), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9230>

Sinaga, P. P. H. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang). In Diponegoro Journal Of Management.

Sinurat, E. J. (2016). Kualitas Pelayanan Dan Faktor Emosional Terhadap Pembentukan Loyalitas Konsumen Pada Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Kabanjah. Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi, 5(1), 81–85.

Suhasto, R. I. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah. Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, 2(1), 55. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.770>

Susanti, R., Pertiwi, D. K. A., & Rahadhini, M. D. (2020). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan O’pallet Cafe Boyolali). Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 20(1), 1–14.

Tjiptono, F. (2008). Manajemen Jasa. Andi Offset

Tjong, F. V., Zulfikar, Mersa, N. A., & Putri, A. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kedekatan Emosional Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bankaltimara Unit Usaha Syariah Samarinda. *Jurnal Eksis*, 16(1), 97–105.

Wijayanti, A., Prihatin, Y. T., & Mursito, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD Toko Pelangi Surakarta. *Indonesian Economics Business and ...*, 1(1), 100–103.  
<https://journal.uniba.ac.id/index.php/IJEBMR/article/view/112>