

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Nusa Media. Yogyakarta.
- Alam, I., K., & Maharani., E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*
- Anang, B. (2018). *Pengantar Manajemen*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Bali, A., Y., (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL AKUNTANSI, MANAJEMEN DAN EKONOMI (JAMANE)*
- Cardia, D., I N., R., et, al., (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen*.
- Damaiyanti, A., et, al. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen*
- Dewi & Budiarti (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA QUEENSTREETSTORE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*
- Ekhawati & Dhiana (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*
- Fandy T. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategi)*. Cetakan Pertama. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah., & Mahardhika. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Howard A. J., & Sheth N. J. (1969), *The Theory of Buying Behavior*, New York: John Wiley & Sons, Inc.

- Heriyanto Prabowo, dan Yulianeu (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rumah Fotografi Kudus)
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2018) *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Kotler dan Keller. (2018). *Marketing Management*. 15th edit. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. 17e Global Edition, Pearson Education Limited. United Kingdom. CM17NA.
- Kotler, P., & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Nopitasari, N., et, al. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over di Kelurahan Pulogadung
- Priansa, J. D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rudy, I., et, al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada. Jawa Barat.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*, 12th Edition, Global Edition. United Kingdom: Pearson.
- Simanjuntak, J., M., et, al. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CV TRI JAYA MOBIL TIBAN BATAM.
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Widya Cipta. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*
- Widodo S., Harini C., Haryono A. T., (2018). Pengaruh Harga, Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Produk Downy di RW XXII Perum Puri Dinar Elok Meteseh Semarang)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta