

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan Pertama). Alfabeta.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human decision Processes*.
- Arifin, Z. (2005). *Teori Keuangan dan Pasar Modal*. Ekonisia.
- Bose, S., & Rao, V. G. (2011). *Perceived benefits of customer loyalty programs: validating the scale in the Indian context*.
- Budiyanto, A. (2017). *Pemasaran Jasa: Pengertian Dan Perkembangan* (D. Sunarsi (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Cocrill, A., & Goode, M. (2010). *Percieved Price And Price Decay In The DVD Marke. The Journal Of Product And Brand Management*.
- Dwi, A., Stie, Y., & Surabaya, P. (2017). *The Effect Of Price, Product Quality And Services Quality On Customer's Satisfaction Of Kentucky Fried Chicken Kfc In Surabaya*. www.KFCku.com
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Pemasaran (Strategi, Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. (Cetakan Pertama). Deepublish.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit UNDIP.
- Fullerton, G. (2011). *Creating advocates: The roles of satisfaction, trust and commitment. Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Uji Asumsi Klasik*. In C. Gunawan, Mahir Menguasai SPSS. Deepublish.
- Harumi, S. D. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perusahaan Seiko Laundry Medan*. *Analitika*, 8(2), 115–128. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/analitika>
- Indrasari, Y. (2019). *Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Cabang Malang*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 86–96.
- Irawan, H. (2008). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi*

Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSSA (Cetakan Pertama). PT. Gramedia.

Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2019). Menciptakan Kepuasan Konsumen Dengan Pengalaman Membeli Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 3(2), 86–91. <https://doi.org/10.30741/adv.v3i2.484>

Khair, H., Tirtayasa, S., & Yusron, M. (2023). The Effect Of Service Quality And Price On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction On Laundry Medan.Com The City Of Medan. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

Kim, H., Lee, J. Y., & Choi, D. (2013). Perceived benefits of retail loyalty programs: their effects on program loyalty and customer loyalty. *Journal of Relationship Marketing*.

Kotler, P. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Boston : Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., Adi Maulana, & Wibi Hardani. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi 13). Erlangga.

Lee, S., Abdou Illia, & Lawson B. Assion. (2011). *Perceived Price of Dynamic Pricing* (Vol. 111). Emerald Group Publishing Limited.

Leonardo, R., & Erwan. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Membeli Konsumen (Study Kasus : PT. Lung Xiang Indonesia).*

Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*.

Mailia, J. (2020). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan O'chicken Gobah Ditinjau Dari Ekonomi Syariah*.

Maknun, L., & Mahendri, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Customer Experience Terhadap Word Of Mouth Pada Skincare Brand Emina. *Hal. 33 Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, 1(2).

Maulita, I. (2022). *Pengaruh Dimensi Serviscape Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang*.

Miranthi, A. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*.

Monroe, K. B. (1990). *“Pricing: Making Profitable Decisions.”* McGraw-Hill.

Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). *Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di*

STMIK Mardira Indonesia Bandung.

- Nisfu Kharista, R., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di Mr. Keen Laundry. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6).
- Noordhoff, C., Pauwels, P., & Oderkerken-Schröder, G. (2004). The effect of customer card programs. a comparative study in Singapore and The Netherlands. *International Journal of Service Industry Management*,.
- Oliver, R. . (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*.
- Puji Lestari, R., Subagyo, & Purnomo, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry* (Vol. 2).
- Saty, N. L. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Barbie Laundry Di Bandar Lampung (Skripsi) Oleh Nasya Laras Saty*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Pearson Prentice Hall.
- Schmitt, B. H. ., & Zarantonello, L. (2016). *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*.
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 49. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>
- Shaw, C., & Hamilton, R. (2016). *The Intuitive Customer*. Palgrave Macmillan.
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan 4). Kencana.
- Sudarso, A., Sahir, S. ., Kato, I., Nurhain, R., Munthe, S. A., Prasetyo, A., Lie, N. T. N. ., Gandasari, D., & Simarmata, H. M. . (2014). *Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan 23). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*.

- Suryani, & Hendryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Cetakan 1). Prenadamedia Group.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Thomas, S. (2013). *Linking customer loyalty to customer satisfaction and store image: a structural model for retail stores*.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran jasa*. Bayumedia Publisher.
- Tjiptono, F., & Gregorius Candra. (2005). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Toendan, R. Y., & Nahan, N. (2023). The Role of Customer Trust in Mediating the Influence of Service Quality on Customer Loyalty of Express Laundry Members Palangka Raya. *Jurnal Pengabdian Pancasila*, 2(3), 169–184. <https://doi.org/10.55927/jpp.v2i3.7384>
- Untoro, J. (2010). *Ekonomi*. Kawah Media.
- Usma, E. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Good Fella Coffee & Kitchen Tanjung Morawa*.
- Wardhana, E. (2019). *Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. (Edisi 1). Rajawali Pers.
- Yanti, N. V. (2019). *Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Rabbani*.
- Yu, Y. T., & Dean, A. (2001). The contribution of emotional satisfaction to consumer loyalty. *International Journal of Service Industry Management*.
- Yulawati, Y. (2016). *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis “Pengaruh Motivasi dan Sikap terhadap Loyalitas pelanggan pada studio Jonas photo*.
- Zakaria, I., Baharom Ab. Rahman, Abdul Kadir Othman, Noor Azlina Mohamed Yunus, Mohd Redhuan Dzulkpli, & Mohd Akmal Faiz Osma. (2014). *The Relationship between Loyalty Program, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Retail Industry: A Case Study*.