

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Taher, M. R., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyana, I. K. E., & Widiati, E. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Abdullah, K., Aiman, U., Fadilla, Z., Ardiawan, K. N., Jannah, M., Hasda, S., Taqwin, T., Masita, M., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Adhitya, W. R., & Sadewo, R. M. P. (2023). Pengaruh Potongan Harga, Fasilitas Toko, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Indomaret Veteran Manunggal Deli Serdang. *Jurnal Multilingual*, 3(2), 1412–4823.
- Adi, T. R., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(4), 443–454. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i4.4054>
- Akbar, M. faisal, & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh Harga , Lokasi , dan Kelengkapan Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Toserba Yogya. 2(10), 235–245.
- Almassawa, S. fahlefi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kreatif*, 5(1), 112–131.
- Almira, M. D. (2021). Analisis Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Citra Produk, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Aini Fashion Kotapinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 1(3), 2013–2015.
- Amruddin, A., Agustina, T. S., Rusmayanti, N. G. A. L., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Yuniati, I., Mujiani, S., Priyanda, R., Ariantini, N. S., Aslindar, D. A., Putranto, P., Untari, I., & Wicaksono, D. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Anggreni, D. (2022). Buku Ajar Metode Penelitian Kesehatan.
- Arkhan, A. A., & Fuadi, S. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko R-Style Kota Metro. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Dewi, N. N., Rodli, A. F., & Septyan, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Ecopreneur*.12, 5(1), 1. <https://doi.org/10.51804/econ12.v5i1.1696>
- Febrian, R., Hidayati, N., & Mustapita, A. F. (2015). Pengaruh *Store Atmosphere*, *Service Excellence*, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Makan Ayam Geprek D-ROZZ). 6.
- Fernandes, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Kayuagung. *Motivasi: Journal of Management and Business*, 6(1), 1–10.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299.
- Fitriana, S. H., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pengguna Jasa Grabfood Di Solo Raya. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4720>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.
- Ghozali, I. (2021). Grand Theory. In *Jurnal Perbankan Syariah*, Teori Bank Syariah.
- Hardani, H., Helmina, A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Indartini, M., & Mutmainah, M. (2024). Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda (Vol. 14, Issue 5).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan.
- Jannah, E. N., Sudaryanto, & Wulandari, G. A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Matahari Department Store di Jember. *UNEJ E-Proceeding*, 339–350.
- Kelvianto, Y. E. (2019). Pengaruh *Perceived Value*, *Brand Image*, Dan *Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan. 11(1), 1–14.
- Kurniawan, R., & Krismonita, A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Express Sukabumi). X(2), 145–154.

- Masibbuk, I., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2019). *The Effect Of Product Completeness, Service Quality And Layout On Purchasing Decision (Case Studies On The Golden Supermarket In Manado)*. 411 Jurnal EMBA, 7(1), 411–420.
- Muriza, D. T., Utami, H. Y., & Stevani, S. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Promosi, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ramayana Padang. 1(2), 294–304.
- Nawangsih, N., Ifa, K., & Ariyono, K. Y. (2019). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i3.730>
- Nawarini, A. T. (2019). Pengaruh Perceived Value Dan Kepuasan Pada Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Di Kota Purwokerto Dengan Variabel Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(1). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i1.1294>
- Ningsih, E. R. (2021). Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & B.Beribe, M. F. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Octarinie, N. (2020). Pengaruh *Customer Perceived Value* (Persepsi Nilai oleh Pelanggan) dan *Customer Perceived Quality* (Persepsi Mutu Oleh Pelanggan) terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Qyta Dental Persada Laboratory Palembang.
- Paramita, R. W. D. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. 1.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Perwira, B. T., Yulianto, E., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang Melakukan Transaksi Pembelian Online dengan Mobile Application Tokopedia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), 46–54.
- Prabowo, C., Harminingtas, R., Fahlefi, D. R., & Widowati, M. (2024). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada TB. Murah Rejeki Semarang. 03(02), 167–176.
- Pratama, F. G. (2015). Pengaruh *Perceived Value*, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen iPhone di Kota Malang) Fanny. 6.

- Putri, A. K., Meilisa, P., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Swalayan Surya Di Sukabumi Bandar Lampung. 4(2), 34–40.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(2), 7–12.
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*.
- Ramadhani, D. W. (2017). Pengaruh *Perceived Service Quality*, *Perceived Value*, *Satisfaction* Dan *Image Fisik* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi kasus pada konsumen Mirota Kampus Yogyakarta) Oleh.
- Rifa'i, K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191.
- Safa'atillah, N. (2019). Pengaruh Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Basmalah Market Karanggeneng. 3(1), 1–23.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Sari, A., Dahlan, D., Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, S., & Werdhani, A. S. (2023). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. 71.
- Septiana, F. A., Syahputra, E., & Wardhani, R. K. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan Pace Nganjuk. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 130–145. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.904>
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, S., Anggusti, M., & Muliatie, Y. E. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. In Yayasan kita menulis.
- Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). Customer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In Cv.Eureka Media Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya* (Vol. 11, Issue 1).

- Sumolang, I. E., Tumbel, A. L., Mandagie, Y., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, F. (2019). Analysis of the Effect of Prima Service and Complete Products on the Purchase Decision of Products in Matahari Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 7(8), 3361.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS.
- Tama, D. E., Widyastuti, S., & Derriawan, D. (2023). Strategi Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (*Service Quality Strategy And Perceived Value On Customer Loyalty Through Satisfaction*). 8(2), 165–179.
- Taufiq, M. (2019). Aspek Hukum Dalam Bisnis. *Azyan Mitra Medika* (Februari). 432–463.
- Warsito, C. (2021). Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Wijaya, J., & Fadli, J. A. (2022). Jurnal Multidisiplin Indonesia Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuities Merek Terhadap Loyalitas Customer Di Mediasi Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 95–112. <https://jmi.rivierapublishing.id/>
- Yanti, N., & Fitriani, Y. (2017). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CS Minimarket Pauh Kamar Nan Sabaris. *Menara Ilmu*, 11(78), 133–146.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.
- Yunitasari, Y., & Indayani, L. (2024). Analisis Relationship Marketing, Trust, dan Customer Value terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Indah Bordir Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i1.81>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. In *Mandala Press*.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In *Jakarta: Indeks*.