

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama.
- Birusman, N. M. (2007). Harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Madzahib* , Vol. 4, hal. 87.
- Edris, M., & Puspitasari, M. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Keluarga Sehat Hospital Pati. *Jurnal Analisis Manajemen* , vol. 5, hal. 61.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditia Bakti .
- Gerson, R. F. (2010). *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Jakarta: PPM- Bisnis2030.
- Griffin, J. (2012). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Fransisco: Jossey-Bass Publishing.
- Hariyati, E. S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek, Faktor Emosional, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Oppo Smartphone di Surakarta. *dalam skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta* .
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The Business of Tourism*. New York: Holloway Pearson Education Limited.
- Hurriyati, R. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Afabeta.
- Irawan, H. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- KBBI, 2016 *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/emosi> pada 2 september 2023
- KBBI, 2016 *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi> pada 2 septembi 2023
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumadmo, E. (2013). *Manajemen Strategik Pengetahuan*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Lodh. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupioyadi, R., & Hamdani, A. (2010). *Bauran Pemasaran Barang vs Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nitisemito, A. (2015). *Dasar-Dasar Penganggaran Bagi Eksekutif*. Jakarta: Pusaka Binaman Press Indonesia.

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, A. D. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* , vol. 6, hal. 2.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati, R. (2014). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *TEKNOBUGA : Jurnal Teknologi Busana dan Boga* ,vol. 1, hal. 67-68.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: PT Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wirartha, I. M. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari. (2012). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk, Harga Produk dan Iklan Produk Pesaing terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi* .
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.