

Daftar Pustaka

- Abdillah, W dan Jogiyanto. (2009). Parital Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis. Penerbit Andi: Yogyakarta. Hal 262
- Anatolevena Anisimova, T. (2007). The effects of corporate brand attributes on attitudinal and behavioural consumer loyalty. *Journal of consumer marketing*, 24(7), 395-405.
- Arifn, M. R., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Bukalapak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Feb Unisma Angkatan 2015). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(10).
- AW, S. S. U. (2013). Analisis Pengaruh Trust Dan Commitment Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Cv. Sumber Jaya Sakti Tarakan. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Chaudhuri, A. & Holdbrook, M. (2001) The Chain Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty, *Journal of Marketing*, 65 (2): 81-94.
- Cheng, S. (2011). Comparisons of competing models between attitudinal loyalty and behavioral loyalty. *International Journal of Business and Social Science*, 2(10), 149-166.
- Darusman, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah PT. U Finance Medan.

- Dick, A. & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Towards an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academic Marketing Science*, 22 (2):99-114.
- Djati, S. P., & Ferrinadewi, E. (2005). Pentingnya Karyawan dalam Pembentukan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa:(Suatu kajian dan Proposisi). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 114-122.
- Gommans, M., Krishnan, K. S., & Scheffold, K. B. (2001). From brand loyalty to e-loyalty: A conceptual framework. *Journal of Economic & Social Research*, 3(1).
- Gozali, ilham. (2006). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Halim, C. (2014). Analisa Pengaruh Event Involvement Melalui Event Attitude Terhadap Customer Loyalty Townsquare Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2), 1-12.
- Halik, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah Di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur. *Jhp17: Jurnal Hasil Penelitian*, 1(01).
- Harumi, S. D. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika*, 8(2), 115-128.

- Hong, I. B., & Cho, H. (2011). The impact of consumer trust on attitudinal loyalty and purchase intentions in B2C e-marketplaces: Intermediary trust vs. seller trust. *International Journal of Information Management*, 31(5), 469-479.
- Iqbal Tawakal, D. E. N. I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tri Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 4(1).
- Japutra, A. (2017). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen Telekomunikasi. *Business Management Journal*, 5(1).
- Kataria, S., Saini, V. K., & Sharma, A. Understanding Brand Loyalty in relation with Brand Affect and Brand Commitment: Evidence from Oral Care Segment.
- Kusmayadi , Tatang. (2007). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan STIE STAN Indonesia Mandiri.
- Ledikwe, A., Roberts-Lombard, M., & Klopper, H. B. (2019). The perceived influence of relationship quality on brand loyalty: An emerging market perspective. *African Journal of Economic and Management Studies*, 10(1), 85-101.
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 74-81.

Permana, I. G. G., & Giantari, I. G. A. K. Pengaruh Switching Cost Terhadap Customer Behavioral Loyalty dan Attitudinal Loyalty Pada Pelanggan Pre-Paid GSM Perusahaan Telekomunikasi di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*.

Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 10(19).

Mandarima, A. S., & SE, A. A. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Hubungan Bisnis Pemasok Dan Peritel UMKM (Studi empiris UMKM Kabupaten Karanganyar) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Moorman dkk. (2009). Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal Marketing Research*, Vol 57 (January), 81-101.

Semuel, H. (2012). Customer relationship marketing pengaruhnya terhadap kepercayaan dan loyalitas perbankan nasional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 33-41.

Sianipar, A. R. B., & Haryanti, K. (2014). Hubungan komitmen organisasi dan kepuasan kerja dengan intensi turnover pada karyawan bidang produksi CV. X. *PSIKODIMENSIA*, 13(1), 98.

Suparmi, S., & Handhoko, K. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Serat Acitya*, 7(1), 102.

Sugiono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung Alfabeta

Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.

Yuniarta, F., Barokah, I., & Wulandari, G. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 152-158.

Zamrozi, M. (2017). *Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Pupuk Non Subsidi Di Blitar (Studi Pada Pelanggan Ud. Sumber Tani Blitar) (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang)*.