

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Anam, H. (2018). PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA KURSUS JCC (Jogja Course Center). *World Development*, 1(1), 1–15.
- Arimbi, I. F., & Heryenzus. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Layanan Online Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–10. Retrieved from http://113.212.163.133/index.php/scientia_journal/article/view/2640
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di Kota Malang). *Jemba*, 1(4), 503–516.
- Dewantoro. (2019). Pengaruh Optimisme terhadap Kemampuan Identifikasi Peluang Mahasiswa Strata Satu Pada Perguruan Tinggi Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 6.
- Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). *Loyalitas konsumen: implikasi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan, kedekatan emosional*. 18(3), 501–512. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10636>

- Hairiah, N. ;, Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS PADA NASABAH BRI KANTOR KAS UNISMA). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 1–14.
- Ihya, D. irawan;, Ulumuddin;, & Sulistiyawati. (2021). ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PASA WEBSITE PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 26(2), 173–180. Retrieved from <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). *PENGARUH KEPEMIMPINAN, KEDISIPLINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA GURU*. 1(1), 38–55.
- Mardiatmoko, G. (2020). *PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA*. 14(3), 333–342.
- Melanda, Y. (2019). Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Atmosphere Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Link. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*, 28–32.
- Putri, N. S. A., & Yosepha, S. Y. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KANTOR NOTARIS DAN PPAT INDAH KHAERUNNISA, SH., M.Kn*. 20(1), 105–123.
- Nael Hashem Associate Professor, T., Nimer Ali, N., & Allan, M. (2020). *Influence of Emotional Marketing on Brand Loyalty Among Females in the Field of Cosmetics: Mediating Role of Customer Satisfaction*. *International Journal of Management (IJM)*, 11(9), 1245–1260. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.9.2020.120>

- Riana, M. ;, & Wasiman. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT POS INDONESIA BATAM CENTRE. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 316–327.
- Ritonga, H. M., & Pane, D. N. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HONDA IDK 2 MEDAN*. 12(2), 30–44.
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>
- Winata, W., & Evyanto, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Kota Batam*. 1–8.
- Yacub, R., Saleh, K., & Putra, M. (2022). The Effect of Experiential Marketing and Emotional Marketing on Customer Loyalty in “LGS” Showroom. *International Journal of Social Science and Business*, 6(1), 83–90. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i1.44612>
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167>