

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Aang Curatman dkk. 2016. Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, Vol X VIII, No 3.
- Adelina Agnes Lopian, d. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT.BPR Prisma Dana Amurang. *Jurnal EMBA*.
- Adhy, Kurniawan Arief. 2016. Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Antara Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek dengan Loyalitas. *Economics and Business Faculty*
- Ahmed., et.al. (2014). Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*. ISSN 1948- 5468 2014. Vol. 5, No. 1.
- Akhmad Nasir. 2017. *The Influence of Product Innovation Toward Marketing Performance at Furniture Companies in Pasuruan Regency*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol. 5 No. 1
- Ariani, N dan Haryanto, D. (2010). *Pembelajaran di Sekolah*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Asnawi dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press..
- Chusnul Rofiah dkk. 2017. Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *EJournal* Vol 12, No 1
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2005. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Cooper, Donald R. and Pamela S. Schindler. (2003). *Business Research Methods, International Edition*, McGraw-Hill Companies, Inc. New York.
- Cresswell, J. W. (2009). *Research Design : Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London : SAGE Publications Ltd.
- Dimiyati, Tjutju Tarlih & Ahmad Dimiyati. 2011. *Operations Research : Model-model Pengambilan Keputusan*. Bandung : Sinar Baru Algesindo.
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Felly Liliyana Soenyoto. 2015. *The Impact of Brand Equity on Brand Preference and Purchase Intention in Indonesia's Bicycle Industry: A Case Study of Polygon*. iBuss Management. International Business Management Program, Petra Christian University Vol. 3, No. 2. Pp. 99 – 108.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.

- Feriyanto. 2016. Pengaruh Inovasi Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keunggulan Bersaing pada D'Barleys Bakery & Restaurant Pangkalpinang. Skripsi. Sekolah Pascasarjana. Pangkalpinang: Universitas Bangka Belitung.
- Getty, J.M. and Thompson, K.N. (1994). "The relationship Between Quality, Satisfaction, and Reccomending behavior in Lodging Desition". *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol 2 No. 3, pp.3-22.
- Ginting, Dahlia Br. 2009. "Struktural Equation Model (SEM)". *Jurnal Media Informatika*, Vol 8 No. 3 :121-34
- Griffin, jill. 2007. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hair, dkk. 2006. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6*. New Jersey
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Hendryadi. 2014. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Hurley, R. F. dan G. Hult. 1998. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62: 42-54.
- Husein, Umar. (2010). *Riset Pemasaran dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Iqra Rizky dkk. 2021. *Analysis of Consumer Satisfaction and Loyalty Factors with CRM Approach in Agribusiness E-commerce Company*. *Journal of Consumer Sciences* Vol. 06, No. 02, 111-128
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Logiawan, Yenni dan Subagio, Hartono. 2014. Analisa Customer Value terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai variabel Intervening pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2 No. 1
- Lovelock, Wirtz. 2011. *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*. Pearson Education Limited. England.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (Edisi 4 Jilid 1). New Jersey, Indonesia: PT. Indeks
- Maulidiah, Fariza., Suharyono dan Kadarisman Hidayat. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pemilik Sepeda Motor Merek Honda Yang Memiliki Lebih Dari Satu Unit Yang Melakukan Service Di Dealer Mpm Motor Malang. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.

- Mustamu, E. J., & Ngatno, N (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada KFC Srandol. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 689-696.
- Nam, K.J., Whyatt., & Georgina, Y. E. (2011). Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction. *Jurnal University South Korea*. Oxford Brookes University UK.
- Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. L. 2005. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Cunsomer*. 2nd Edition. New York. M. E Sharpe, Inc
- Ongkowidjoyo, H. (2015). *The Impact of Brand Equity towards Customer Loyalty of Starbucks: Testing the Role of Customer Satisfaction as the Mediate Variable*. *iBuss Management Vol. 3, No. 2*, 186-195.
- O'Loughlin, R. E, & Zuckerman, M.(2006). Self-Enhancement by Social Comparison: A Prospective Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(6), 751–760
- Padyawati, Murwatiningsih. 2016. Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen. *Management Analysis Journal*
- Pratiwi, N. L. dan Al Hasin (2017). Pengaruh Inovasi Melalui Media Online Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan
- Riley, dkk. (2000). A cross-national study of the ecological worldview of senior consumers. *International Journals of Consumers Studies* ISSN 1470-6423. (1-10).
- Riyanti, B.P.D. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Atma Jaya.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J. and Bausch, A. (2011), “Is innovation always beneficial? A meta- analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 26 No. 4, pp. 441- 457.
- Ross A. Thompson & Gross, J.J. 1998. Antecedent and Response Focused Emotion Regulation: Divergen Consequences for Experience and Physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*. 74. 224-237.
- Santoso, Singgih.. 2001. *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saputra,D & Margaretha,S (2020) The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Coffee Bean & Tea Leaf or Maxx Coffee. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 115
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6*, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Simamora, B. 2003. *Aura Merek. 7 Langkah Membangun Merek Yang Kuat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Stewart C. Myers & Brealey, Richard AS. (2007). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jilid 2. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Sugiarto, dkk. 2004. *Teknik Sampling*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto A.B & Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- Susanty, Aries dan Eirene, Kenny. (2015). *The Relationship between Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty on Coffee Shop : Study of Excelso and Starbucks*. *Asean Marketing Journal*.
- Sutama. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Surakarta: Fairuz Media.
- Tito Siendy dkk. 2014. *Analysis Consumer Perception of Brand Equity Using Structural Equation Modeling (SEM) (Case Study in "Mie Jogja Pak Karso" Malang)*. *Journal Universitas Brawijaya*
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Topan Prasetyo dkk. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word of Mouth Penghuni Perumahan Karyawan*. *Journal of Applied Business and Entrepreneurship*.
- Wicaksana, Thomas Aditya. 2018. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 63 No. 1
- Wijayanto, Setyo Hari. (2008). *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Zeithaml, V. A dan Bitner, M. J... *Service Marketing (3rd ed.)*, Tata McGraw Hill, New Delhi. 2003.

<https://www.tripadvisor.com/>