

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Y. (2018). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Mataram Sakti Weleri Kendal* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unissula).
- Agustian, R. (2011). *Pengaruh dimensi variabel relationship marketing terhadap kepercayaan konsumen dan minat pembeli ulang pada ritel indomaret di kecamatan rambipuji.*
- Alsyouf, A., Ishak, A. K., Lutfi, A., Alhazmi, F. N., & Al-Okaily, M. (2022). The Role of Personality and Top Management Support in Continuance Intention to Use Electronic Health Record Systems among Nurses. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17), 11125.
- Anwar, A. A., & Mangkunegara, P. (2009). *Perilaku konsumen*. Bandung: refika.
- Arfianti, S. R. (2014). Pengaruh Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah. *Management Analysis Journal*, 3(2).
- Ariningsih, E. (2014). Impacts of cooperative membership on sugarcane farmers' income in East Java. *Jurnal Agro Ekonomi*, 32(2), 147-165.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Barnes, T. D. (2013). The new empire of Diocletian and Constantine. In *The New Empire of Diocletian and Constantine*. Harvard University Press.
- Bilhaq, A. M., & Putri, Y. R. (2022). Analisis Implementasi Strategi Marketing Public Relation Bank Syariah Indonesia Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *eProceedings of Management*, 9(2).
- Brady, Michael K. and J. Joseph Cronin, (2001). Some Thought on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing Vol. 65*,34-49.
- Campanati, A., Marconi, B., Penna, L., Paolinelli, M., & Offidani, A. (2002). Pronounced and early acne in Apert's syndrome: a case successfully treated with oral isotretinoin. *European Journal of Dermatology*, 12(5), 496-8.
- Chan, S. (2003). *Relationship marketing: inovasi pemasaran yang membuat pelanggan bertekuk lutut*. Gramedia Pustaka Utama.

- Cooper, Donald R. dan C. William Emory, 1996, *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 5 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Cronin, J. Joseph and Steven A. Taylor. 2002. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal Of Marketing Vol.56 (July): 55-68*.
- Djarmiko, B. (2013). Pengaruh Customer Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Study and Management Research, 10(3)*, 31-42.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel. Bandung: CV. Alfabeta*
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, & Latan, Hengky. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang
- Griffin, R. W., & Pustay, M. W. (2015). *International Business: A Managerial Perspective*. Pearson Education.
- Gunawan, K., & Djati, S. P. (2011). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja Bali). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 13(1)*, 32-39.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 3(2)*, 171-180.
- Jasfar, F. (2015). Sinergi pemasaran jasa Ritel. *Buku Dosen-2012*.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M., and Mena, J.A., (2012), An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research, *Journal of The Academic Marketing Science, pp. 414- 433*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Buku Kita
- Handayani, Y., Tyas, A. A. W. P., & Ummanah, U. (2022). How E-Service Quality And E-Trust Affect Reuse Decision on Aplikasi PrivyID. *MBIA, 21(1)*, 18-30.
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2016). Introduction to Higher Education Consumer Behaviour. In *Higher Education Consumer Choice* (pp. 1-13). Palgrave Pivot, London
- Herdian, G. Widyastuti. 2013. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen pada Nasabah Bank BTPM KCP Sepanjang*.

- Herdian, G., & Widyastuti, W. (2013). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank BTPN KCP Sepanjang. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(1), 67-76.
- Indrayani, L. R. (2017). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Salon Elnia Semarang (*Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Unissula*).
- Indriantoro dan Supomo, 2014, Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi dan Manajemen, *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Ugm, Yogyakarta*.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching costs. *Jurnal siasat bisnis*, 15(1).
- Kandou, H. A., KALANGI, J. A., & Rogahang, J. J. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Mandiri Kc. Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Karbe, V. N. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pusat Keugaran Di Kota Palembang (*Doctoral dissertation, Universitas Katolik Musi Charitas Palembang*).
- Kbbi, K. B. B. I. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). *Kementerian Pendidikan Dan Budaya*.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Kotler, Phillip & Gary Armstrong. (2010). Principles of Marketing 13th Edition. New Jersey: Pearson.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2003). A customer loyalty model for e-service context. *J. Electron. Commer. Res.*, 4(4), 156-167.
- Lyon, G. R., Fletcher, J. M., & Barnes, M. C. (2003). Learning disabilities.
- Marconi, J. 2002. Reputation marketing: Building and sustaining your organization"s greatest asset. *New Caledonia: McGrawHill*.
- Mayer, R. E. (2002). Rote versus meaningful learning. *Theory into practice*, 41(4), 226-232.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information systems research*, 13(3), 334-359.

- Meyer, J., & Lee, J. D. (2013). Trust, reliance, and compliance.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58(3), 20-38.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90.
- Musanto, T. (2004). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: Studi kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 123-136.
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 123-132.
- Ndubisi, N. O. (2007). *Relationship marketing and customer loyalty*. Marketing intelligence & planning.
- Ningrum, L. W. (2021). Pengaruh Corporate Image, Customer Relationship Marketing Dan Social Media Promotion Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.
- Oliver, J. E. (2010). The paradoxes of integration. In *The Paradoxes of Integration*. University of Chicago Press.
- Palmatier, R. W., Jarvis, C. B., Bechhoff, J. R., & Kardes, F. R. (2009). The role of customer gratitude in relationship marketing. *Journal of marketing*, 73(5), 1-18.
- Pengendalian, D. (2015). Al-Rasyid, Harun. 2012. Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala. Bandung: Universitas Padjadjaran. Duane E. Knapp. 2010. The Brand Mindset. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi. Erna, Ferrinadewi. 2011. Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hasan, Ali. 2009. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Buku I, Cetakan. Kedua. *Jurnal Universitas Hasanudin Makasar*. Vol, 16(1).
- Prasetyo, B., Adil, M., Soelistya, D., & Rosyihuddin, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1).
- Prihandini, F., & Hadi, A. S. P. (2021). Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 57-70.
- Putra, R. (2020). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (*Studi Kasus pada Bank Syariah KCP Magelang*).

- Putri, U. P. (2014). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Jatim Cabang Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2).
- Rahmawati, N. Y. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Rosyihuddin, M. (2020). Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Gresik. *JURNAL MANAJERIAL*, 7(01), 19-36.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1-18.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., Education, P., ... & Hill, M. (2015). Consumer behaviour. Unit, I., Unit, I. V., Unit, V.
- Sefesiyani, A., DH, A. F., & Arifin, Z. (2015). *Pengaruh relationship marketing (pemasaran relasional) terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah (Survei pada nasabah tabungan Bank Central Asia kantor cabang pembantu Dinoyo Kota Malang)*. Brawijaya University.
- Semuel, H. (2012). Customer relationship marketing pengaruhnya terhadap kepercayaan dan loyalitas perbankan nasional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 33-41.
- Shammout, A.B., et al.2007. Relational Bonds and Loyalty: The Bonds that Tie. Dalam Conference Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference (AZMAC). *New Zealand: Otago University*.
- Sivesan, S. (2012). Impact of relationship marketing on customer loyalty on banking sectors. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 2(3), 179-181.
- Soegoto, H. (2011). Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Soelistiawan, H., Lukitaningsih, A., & Wiyono, G. (2021). Analisis Peran Citra Perusahaan dan "Relationship Marketing" Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbasis Kepercayaan Pelanggan pada PT. Dian Cipta Perkasa Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 188-196.



- Subagio, H., & Saputra, R. (2012). Pengaruh perceived service quality, perceived value, satisfaction dan image terhadap customer loyalty (studi kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 42-52.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rrd*, Alfabeta, Bandung.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Sumarwan, U. (2014). Model keputusan konsumen. *Perilaku konsumen*, 5, 1-41.
- Syaiful, M., & Khuzaini, K. (2015). Pengaruh Relationship Marketing, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2000 SUNGKONO. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Synathra, V. (2018). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan Bank Central Asia Kantor Kas Sawojajar Kota Malang) (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).
- Taleghani, M., Gilaninia, S., & Mousavian, S. J. (2011). The role of relationship marketing in customer orientation process in the banking industry with focus on loyalty (Case study: Banking industry of Iran). *International journal of business and social science*, 2(19).
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, Hussein, 2010, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, cetakan ke 5. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Velnampy, T., & Sivesan, S. (2012). Customer relationship marketing and customer satisfaction: A study on mobile service providing companies in Srilanka. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(18), 318-324.
- Wibisono, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Temanggung) (*Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA*).
- Wibowo, W. (2006). *Berani menulis artikel: babakan baru kiat menulis artikel untuk media massa cetak*. Gramedia Pustaka Utama.

- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wijaya, G. S. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Debitur Melalui Kepercayaan Dan Komitmen Relasional Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Singaraja. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 10(2), 22-36.
- Wijaya, H. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Asuransi Artarindo (*Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana*).
- Wiratna, Sujarweni. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta
- Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. Harvard Business Press.



