

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2017). *Strategic Marketing*. Rajawali Pres.
- Barnes, J. G. (2018). *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Andi.
- Bricci, L., Fragata, A., & Antunes, J. (2016). The Effects of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty in the Distribution Sector. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 173–177.
- Budi, I. S. (2010). *Pengaruh Kepuasan Nasabah, Kepercayaan Nasabah dan Reputasi Bank terhadap Retensi Nasabah pada Bank Central Asia di Surabaya*. Program Pendidikan Strata STIE Perbanas Surabaya.
- Cheng, B. L., & Rashid, Md. Z. A. (2013). Service Quality and the Mediating Effect of Corporate Image on the Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(2), 99–112.
- Fasochah. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 13(1), 1–22.
- Ferrinadewi, E. (2018). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu.
- Fidayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 1–7.
- Gaffar, V. (2017). *Costumer Relationship Manajemen and Marketing Public Relation (Edisi Terjemah)*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Applikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Applikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Gobe', M. (2017). *Emotional Branding: Paradigma Baru Untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*. Erlangga.

- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Husna, I. (2020). Peran Kepuasan dan Keterikatan Emosional pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Anggota Persebaya Selamanya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 599–605.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2019). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi Switching Costs. 15(1), 55–66.
- Ismanto, K. (2016). *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Pustaka Pelajar.
- Janusi, R. E. (2009). Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (pada Bank Muamalat Kota Semarang). *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)*, 2–5.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pesamaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 450–465.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 30(3), 709–734.
- McKnith, D. H., & Chelvany, N. L. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *Journal of Electronic E-Commerce*, 6(2), 35–60.
- Minta, Y. (2018). Link between Satisfaction and Customer Loyalty in the Insurance Industry: Moderating Effect of Trust and Commitment. *Journal of Marketing Management*, 6(2), 25–33.
- Mowen, J., & Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Nidyatantri, N. M. M., Suryawardani, O., & Agung, D. G. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 5(1).
- Nurdini, S., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (survai pada salon Strawberry Jl. Sudirman No. 629 Bandung). *Prosiding Manajemen*, 5(2), 1112–1117.

- Puspitasari, I., Hidayat, T., & Yuwono, S. (2010). Hubungan antara Emotional Bonding dan Citra Kualitas Produk dengan Minat Beli Konsumen. *Indegenous, Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, 12(1), 74–80.
- Ratna, I. D. (2015). Hubungan Kinerja Produk, Persepsi Nilai, Ikatan Emotional, Reputasi Merek dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(1), 1–10.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1).
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2016). *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Sudaryono. (2016). *Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus*. ANDI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sukoco, B. M., & Hartawan, R. A. (2011). Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional pada Merk terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 4(3), 1–12.
- Sutanto, H., & Umam, K. (2017). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia.
- Suwarman, U. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Swasta, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tasmara, T. (2017). *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Gema Insani Press.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Utami, S. (2015). The Influence of Customer' Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(7), 638–853.
- Valenzuela, F. A. (2006). Trust and Commitment as Mediating Variables in the Relationship between Satisfaction and Hotel Guest Loyalty. *Panorama Socioeconómico*, 24(32), 18–23.
- Zulfa, M. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jawa Tengah. *Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga*.