

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Rizan, M. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Alakasa Extrusindo. *Manajerial*, 9(2), 51.
- Anderson, J. F. H. J. W. C. B. B. J. B. R. E. (2014). *on Multivariate Data Analysis* (Sevent Ed). Edinburg Gate Harlow: Pearson Education Limited.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Revisi VII). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On The Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74–94.
- Berman, B. J. R. E. (2014). *Retail Management: a Strategic Approach* (Second). New York: Prentice-Hall.
- Buchari, A. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa* (V). Bandung: Alfabetha.
- Dwi, I. K. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis.*, Vol.1, No., p37-45.
- Fauzi, R. (2018). Pengaruh Atmosphere Cafe, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Loodst Coffe Tulung Agung. *Simki-Economic*, 02(02), 1–13.
- Febri Tri Bramasta Putra dan Edy Raharja. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, dan kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Bengkel Mobil RapiGlass Autocare Semarang. *Journal Of Management*, 1(1), 1–15.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 3950.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Hermani, M. K. & A. (2018). Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan ICOS Cafe). *Jurnal Manajemen Bisnis*, X!(XXI).
- Husnul, K. (2020). Persaingan Retail di Kota Padang. *Harian Umum Singgalang*, p. 12. Retrieved from www.singgalang.go.id/artikel
- Ibojo, B. O., & Dunmade, E. O. (2016). Impact of Relationship Marketing on Customer Satisfaction: a Case Study of Undergraduate Students in A private University, Oyo State, Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(2), 668–708.
- Isa. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Paparon's Pizza Solo). *Manajemen Dan Riset Bisnis*, 5(2), 12–21.
- Iskandar, N., Setiawan, A., Sumardi, K., Pendidikan, D., Mesin, T., & Indonesia, U. P. (2016). Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi siswa smk memilih program keahlian teknik mesin, 3(2), 220–224.
- John C, Mowen, & M. M. (2014). *Consumer Behavior* (Fifth). New Jersey: Prentice-Hall.
- John Hulland. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195.
- Kotler and keller. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*, 3(1), 1–18.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing. World Wide Web Internet And Web Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/1250103>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition. Organization* (Vol. 22)
- Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 62(10), 980–986.
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Liberia Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9.
- Lupiyodi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (IV)*. Yogyakarta: Andi Percetakan.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2012). Impact of brand Image , service quality and price on customer satisfaction in Pakistan telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23), 123–130.
- Marissa, Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Lokasi Toko dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening, 8(10), 14–24.
- Ofela, H. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–15.
- Pearson, A., Tadisina, S., & Griffin, C. (2012). The Role of E-Service Quality and Information Quality in Creating Perceived Value: Antecedents to Web Site Loyalty. *Information Systems Management*, 29(3).
- Putri, D. A. (2016). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Purchase Intention dengan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Victoria ' s Secret Surabaya Pengaruh Store Atmosphere terhadap Purchase Intention dengan Perceived, (August), 0–21.
- Ratna Sari Nur Indah Safitri. (2017). Analisis pengaruh store atmosphere , harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada cafe & resto. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(2), 390–398.

- Sitinjak, T. (2014). *Manajemen Pemasaran Strategik* (Cetakan 4). Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. & I. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* (VIII). Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik* (Cetakan 2). Yogyakarta: Bayumedia.
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*, edisi kedua.
- Utami, Rianan Surya, Wahy dan Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere , Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(2), 390–398.
- Winarno, W. W. (2014). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Menggunakan Eviews* (Cetakan 5). Sleman Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Winata, A., & Fiqri, I. A. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 133–149.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2011). *Service Marketing People, Technology, Strategy. Services Marketing: People, Technology, Strategy* (Seventh Ed). Boston: Prentice-Hall. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/263523474>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.

