

DAFTAR PUSTAKA

- Widiaswara, T., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–15.
- Produk, P. K., Terhadap, B. I., Dengan, L., Sebagai, K., & Intervening, V. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236–251. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8875>
- Yanuarista, T., Waluyo, H., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Tupperware (Studi Pada Konsumen Pt. Tiara Kinarya Sakti, Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 4(3).
- Andreas, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9).
- Damayanti, C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk "SUPERMI" di Kecamatan Genuk Semarang). Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Damayanti, C., & Wahyono, W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3).
- Komariyah. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa, Bekasi.
- Nugroho, F. Y. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Yogyakarta.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: Indeks.

- Rangkuti, F. (2006). Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 109-113.
- Rohmawati, T. (2018). : Pengaruh Kualitas Produk dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Kepuasan Konsumen Tupperware (Studi di PT. Banten Anugerah Abadi). Universitas Islam Negeri" SMH" Banten.
- Sarwono, J. (2007). Analisis jalur untuk riset bisnis dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sulistian, O. (2011). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter. Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan, Kuningan.
- Susanto, A., & Wijarnako, H. (2004). Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya: Mizan Pustaka.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yanuarista, T., Waluyo, H. D., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Tupperware (Studi Pada Konsumen PT. Tiara Kinarya Sakti, Kudus). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(3), 255- 263.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Mardikawati dan Farida. 2013. "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap." Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 2 No. 1, np
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsuen. Jilid 1. Alih bahasa: Lina Salim. Jakarta: Erlangga
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid 2. Alih bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Nurullaili dan Wijayanto. 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro)." Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 2 No. 1, np

- Tjahjaningsih, 2013. "Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang)." *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 28 No. 2, np
- Adi, R. P. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*. 2 (1)
- Kurniawati, Dewi. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 14 (2).
- Tjiptono, F. (2005). *Brand management & strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi bisnis pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Susanto, A., & Wijarnako, H. (2004). *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*: Mizan Pustaka
- Simamora, B. (2001). *Remarketing for Business Recovery*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2002). *Aura merek*: Gramedia Pustaka Utama.
- Solimun, A. S. (2007). *Modul Pelatihan Analisis NonParametrik dan Multivariat Jurusan Matematika Fakultas MIPA*. Unibraw Malang.
- Purnama, C. (2002). *Lingga, Strategic Marketing Plan*, Cetakan Kedua, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.