

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaediansyah, R. (2018). Pengaruh Pemasaran Relasional, Kepercayaan, Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus BOLT 4G LTE). *Jurnal Ilmiahnya*, 1–8. <https://doi.org/10.31227/osf.io/zgw7a>
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Aziz, A. T. (2015). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Andriyani, M. (2020). Analisis Integrated Marketing Communication (Imc) Terhadap Kepuasan Nasabah Pt . Bank. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, Imc*, 21.
- Arman. (2021). Customer Value Analysis and Emotional Close to Consumer. *Uniqbu Journal of Social Sciences (UJSS)*, 2, 115–124.
- Darmawangsa, A., & Sri Ardani, I. (2015). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 255-354.
- Daryanto. (2012). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. In *sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (p. 35). PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Firdausia, K. F. (2019). Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah (Studi Kasus pada BPR Bakonang) . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-14.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. In T. Q. Media (Ed.), (p.362). CV. Penerbit Qiara Media. qiaramedia.wordpress.com
- Hardati, N. H., Siti, S., & Ratna, N. (2020). Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah (Studi Kasus pada Nasaba BRI Kantor Kas UNIMAS). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9 (2), 330-337.
- Hardindi, (2021). Pengaruh Kedekatan Emosional dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket NRL Kota Bengkulu. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu*.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Melanda, Y. (2019). Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Atmosphere Terhadap Loyalitas. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*, 28–32. Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung, PT. Bumi Aksa

- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Pranata, H. I., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv. Laris Motor Cabang Air Haji. *Jurnal*, 1–10. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d9qsu>
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. In *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* (Vol. 10, Issue 1, pp. 1–7).
- Sari, K., & K, N. I. (2019). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Starbucks Card terhadap Loyalitas Konsumen. *Ilmiah Komunikasi Makna*, 7(2), 1–22.
- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction . *Management Science Letters*, 13-24. doi:10.5267/j.msl.2018.11.004
- Akbar, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sarana dan Prasarana terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen pada Industri Perhotelan di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5, 1-7.
- Almassawa, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Implikasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, 6(3), 69-84.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2019). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20, 15-26.
- Aulawi, H. (2016). Kepuasan Konsumen, Biaya Berpindah, Persepsi Harga, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen pada Penyedia Jasa Internet Telkom Speedy. *Jurnal Administrasi Kantor*, 4, 93-116.
- Barnes, J. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Budiastari, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim di Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 87-106.
- Chou, S.-K., Kohsuwan, P., & Thanabordeekij, P. (2019). The Impact of Corporate Image, Service Quality, Trust, and Perceived Value on Chinese Customer Satisfaction and Loyalty: Medical Services in Thailand. *Human Behavior, Development and Society*, 20(3), 41-51.

- Djajanto, L., Afiatin, Y., & Haris, Z. A. (2019). The impact of relationship marketing on customer value, satisfaction and loyalty: evidence from banking sector in Indonesia. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, 12(2), 207-214.
- Erwin, & Sitinjak, T. (2017). Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13, 85-191.
- Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2020). The role of emotional structures in the relationship between satisfaction and brand loyalty. *Cogent Psychology*, 7, 1-19. doi: <https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1782098>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Achsan, Zainullah, Lubis dan Widayanto. 2014. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Sosial dan Politik*. Vol.3, No.2, hlm.1-14. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gobe, Marc. 2005. *Emotional Branding* (Alih Bahasa: Bayu Mahendra). Erlangga. Jakarta.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Dasar- Dasar Pemasaran Jilid 2*. Alih Bahasa, Alexander Sindoro. Jakarta Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14EEdition. *NewJersey: Prentice Hall*.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi2. Yogyakarta : Andi.