

DAFTAR PUSTAKA

- Almassawa, Syafieq Fahlevi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kreatif : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*. 6(3). 69-84. Banten : Universitas Pamulang.
- Azizan, Nurul Sakinah & Maha Mohammed Yusr. (2019). The Influence Of Customer Satisfaction, Brand Trust And Brand Image Towards Customer Loyalty. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*. 2(7). 93-108. Malaysia : Universiti Utara Malaysia (UUM).
- Bilgin, Yusuf. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*. 6(1). 128–148. Bartın : Turki. Bartın University.
- Cooper, D., & S.S, P. (2013). *Business Researcher Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Dewi, Kadek Novita Maharani, A.A Ketut Jayawarsa & A.A. Sri Purnami. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. *Warmadewa Economic Development Journal*. 2(1). 18-30. Denpasar ; Universitas Warmadewa.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Structural Equation Model Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Doktor*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Undip Press.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 23*. Cetakan Kedelapan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanis, Apostolos N. & Pinelopi Athanasopoulou. (2017). *Consumer-Brand Relationships and Brand Loyalty In Technology-Mediated Services*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 1 – 8. Athens : Greece. Technological Educational Institute of Athens.
- Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Edisi Revisi dan Terbaru. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya.
- Griffin, Jill. (2018). *Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it*. Lexington

Books: Singapore.

- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin & Rolph E. Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis : Pearson New International Edition*. Seventh Edition.
- Hocky, Agus, Nadya Sagita & Teddy Chandra. (2020). Pengaruh Citra Bank, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia (KCP Harapan Raya Pekanbaru). *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*. 5(2). 222-239. Pekanbaru : Riau. Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia.
- Jimenez, Nadia, Sonia San-Martin & Jose Ignacio Azuela. (2016). Trust and Satisfaction: the Keys To Client Loyalty In Mobile Commerce. *Emerald : Academia Revista Latinoamericana de Administración*. 29(4). 486 – 510. Burgos : Spain. University of Burgos.
- Juniansyah, Andri & Dudi Permana. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Danamon Cabang Kota Sukabumi. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis dan Manajemen*. 1(1). 1-15. Sukabumi : Universitas Nusa Putra.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kristania, Viona Jesica, Imelda W.J. Ogi & Merlyn Mourah Karuntu. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. 10(4). 533-544. Manado : Sulawesi Utara. Universitas Sam Ratulangi.
- Lovelock, Christopher H., & Lauren K. Wright. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan III. Jakarta : Indeks.
- Makanyeza, Charles & Lovemore Chikazhe. (2017). Mediator of The Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty : Evidence From the Banking Sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*. 35(3). 1-25.
- Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall 1985), 41-50.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 2. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- Pranoto, Deri & Mawardi. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Persero Tbk.Cabang

- Tenggarong). *Jurnal Ekonomi Manajemen Indonesia (JEMI)*. 21(2). 17-35. Tenggarong : Kalimantan Timur. Universitas Kutai Kartanegara.
- Saputra, Eko, Zulkarnain & Samsir. (2018). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah KUR Mikro Bank BRI Kota Dumai. *Jurnal Ekonomi*. 26(2). 1 – 17. Pekanbaru : Universitas Riau.
- Saragih, Bongsu. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT ABC President Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(3). 1-10. Jakarta : Universitas Krisnadwipayana (UNKRIS).
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Cetakan ke 4. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Suryani, Tatik. (2017). *Manajemen Pemasaran. Strategik Bank Di Era Global : Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Cetakan 1. Edisi 1. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Susanto, Puteri Herlanies & Iwan Kurniawan Subagja. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(1). 69-84. Jakarta ; Universitas Krisnadwipayana (UNKRIS).
- Syofian. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Ekspektasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI KC Bengkulu. *Creative Research Management Journal*. 3(2). 84-95. Bengkulu : Universitas Prof. DR Hazairin, SH. Bengkulu.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi. Tjiptono,
- Fandy & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- Veloutsou, Cleopatra. (2015). Brand Evaluation, Satisfaction and Trust as Predictors of Brand Loyalty : the Mediator Moderator Effect of Brand Relationships. *Emerald : Journal of Consumer Marketing*. 32(6). 405-421. Glasgow : Scotland. University of Glasgow.