

DAFTAR PUSTAKA

- Agrebi, M., Chandon, J. L., & Zaichkowsky, J. L. (2022, May 20). *Customer satisfaction and loyalty with corporate multi-brand websites in an era of social media and misinformation*. Diambil kembali dari *INDERSCIENCE ONLINE*: <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJIMA.2022.123164>
- Apriliani, D., S., N. B., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 28.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Bin-Nashwan, S. A., & Hassan, H. (2017). Impact of customer relationship management (CRM) on. *Journal of Advanced Research in Business*. Diambil kembali dari *Journal of Advanced Research in Business*: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56578065/Bin-Nashwan___Hassan_2017_JARBM-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1669314216&Signature=D~RrQu7btd02piZMWQcWU1jfUkKI6ORy4WMiCXBjDdtEiwhSZrNMFXSqubHssCKQyMm~GHn~A54gXsXujLNPfHfKZ6MU0MkH21zpTYfOHqt1TWmd78tbl0moQHH0
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Djuhara, M. A. (2017, December). *Open Library Telkom University*. Diambil kembali dari Pengaruh Komunikasi Pemasaran Exclusive Membercard Persib Terhadap Brand Awareness Permata Bank Syariah: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/142827/slug/pengaruh-komunikasi-pemasaran-exclusive-membercard-persib-terhadap-brand-awareness-permata-bank-syariah.html>
- Farneyanan, I. S. (2018). Pengaruh Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Gardena Departement Store and Supermarket Yogyakarta. *ePrints UTY Open Access Repository*.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 172.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta: Luxima Metro Media.

- Husodho, W. R. (2015). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA OBYEK WISATA DUMILAH WATER PARK MADIUN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 187.
- Julyanthry. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Kementerian Pertanian. (2018, July 31). *Konsumsi Kopi Indonesia*. Diambil kembali dari Databoks: <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/download/file/402-outlook-kopi-2017>
- Khairawati, S. (2019). Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN BUSINESS AND SOCIAL SCIENCE*, 21-22.
- Komparasi Brand Index*. (t.thn.). Diambil kembali dari Top Brand Award: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=554
- Kusumawati, A., & Rahayu, K. S. (2020, June 9). *The effect of experience quality on customer perceived value and customer satisfaction and its impact on customer loyalty*. Diambil kembali dari Emerald Insight: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TQM-05-2019-0150/full/html>
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 459-460.
- Leninkumar, V. (2017, April). *The Relationship Between Customer Satisfaction And Customer Trust On Customer Loyalty*. Diambil kembali dari International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences: https://www.researchgate.net/profile/Vithya-Leninkumar-2/publication/316550167_The_Relationship_between_Customer_Satisfaction_and_Customer_Trust_on_Customer_Loyalty/links/5903466f0f7e9bc0d58d5374/The-Relationship-between-Customer-Satisfaction-and-Customer
- Mahatma, S. S. (2020). PENGARUH MEMBER CARD DAN PROMOSI PENJUALAN STARBUCKS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Marcomm, M. (2019, October). Leading reasons for consumers to go to a coffee shop in Indonesia as of October 2019. Indonesia.
- Method of Successive Interval*. (2020, September). Diambil kembali dari MikroStat: <https://www.iqra.my.id/2020/09/method-of-successive-interval.html>
- Muthahharah, I., & Fatwa, I. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa di STKIP Pembangunan. 55.

- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2019). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Yogyakarta: ANDI.
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2019, October 9). *The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation*. Diambil kembali dari Emerald Insight: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-03-2019-0096/full/html?casa_token=QVSmPaHVCs0AAAAA:TOLupoAAQwqwk_cQBLt4vOPiKMCoQolZHW2vEHXiceerecMUeyz_tM4VW3UiF37g-5DwTQCsxOzJZKLaGdh1c_qcuCWqOMTr3AINNm-qPbOjFD6sMtHvVA
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terdapat Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 5.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce di Indonesia. *E-Journal Universitas Darussalam Gontor*.
- Saktya, S. (2020). Pengaruh Member Card Dan Promosi Penjualan Starbucks Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Sampoerna University. (2022, February 11). *Pengertian Skala Likert, Cara Penggunaan dan Contoh*. Diambil kembali dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/>
- Sari, K., & I, N. K. (2019). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran Starbucks Card terhadap loyalitas konsumen (Studi Pada Konsumen Berstatus Mahasiswa PT. Starbucks Coffee di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. Diambil kembali dari <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna/article/view/5128>
- Sari, K., & I.K, N. (2019). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Starbucks Card Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 3.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLs 7.0 - untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Stanley, J., & Kurnia, P. R. (2013). Pengaruh Customer Satisfaction dan Membership Card Loyalty Terhadap Store Loyalty Pada Industri Ritel Kategori Minimarket di Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 16-18.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sukmaputra, E. R., Esarianita, Y., & Megandini, Y. (2017). Pengaruh Program Retention dan Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas konsumen di CGV Blizt Bandung. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 366.
- Ummah, R. (2019, September 9). *PENGGUNAAN MEMBER CARD DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN UNDANG UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN*. Diambil kembali dari Berkas - Perpustakaan IAIN Salatiga: <http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalatiga.ac.id/g/pdf/public/index.php/?pdf=6504/1/Skripsi%20Final%20PDF%20Rovid>
- Yuliantari, K., & Nurhidayati. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fish Streat Cabang Tebet. *Jurnal Sekretari dan Manajemen BSI*.
- Zakaria, I., Rahman, B. A., Othman, A. K., Yunus, N. A., Dzulkipli, M. R., & Osman, M. A. (2014). The Relationship Between Loyalty Program, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Retail Industry: A Case Study. *Procedia - Social ad Behavioral Sciences*, 23.