

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Hadist

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI (Jakarta : 2016-2019), Jajasan Penyelenggara Penterjemah Pentafsir Al-Qoeraan (1967) Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an Juz 1 -10, h. 61-62.

Buku

Fandy Tjiptono, P. . (2019). Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (A. Diana (ed.); Terbaru). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).

Griffin. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. In Manajemen* (Dwi Kartin, hal. 5). Erlangga.

Handi Irawan. (2003). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA* (Handi Irawan D (ed.)). Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Haryadi Sarjono & Winda Julianita. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM): Sebuah pengantar, aplikasi untuk penelitian bisnis* (R. Aryanto (ed.)). Penerbit Salemba Empat.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E).
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan

R&D. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif* (S.

Y. Ratri (ed.); 2 ed.). ALFABETA, cv.

Willy Abdillah & Jogiyanto Hartono. (2021). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini (ed.)). Penerbit Andi Yogyakarta.

Yamin Sofyan & Kurniawan Heri. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian Dengan Partial Least Square Path Modeling*. (Aklia Susila (ed.); Seri 4). Penerbit Salemba Infotek.

Jurnal

Abdul Rozak, Budi Harto, Rivaldi Arissaputra, & Khoirun Nisa. (2022). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* dengan Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada PT. Unilever. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(2), 271–281. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i2.1093>

Aisyah, P. M., & Budiadi, S. (2015). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Asuransi Jiwa Prudential Cabang Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(3), 1–13.

Akbar, I. (2018). Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan

- Kepuasan Pelanggan Sebagai *Variabel Intervening* Pada Produk Parfum Mulegh Di Purwokerto. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
<https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.844>
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, S. Z. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 2016. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Atmaja, P. D., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 262–265. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i2.28826>
- Bugshan, O., & Ahmed, M. (2021). *The Power of Free Marketing the Word-Of-Mouth (WOM) Perspective*. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt*, 18(12).
- Bunga & Anik. (2016). Pengaruh Kemudahan Dan *Emotional Factor* Terhadap *Word of Mouth* Dengan Kepuasan Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Pada Konsumen Olx Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–14.
- Chang, W. J. (2020). *Experiential marketing, brand image and brand loyalty: a case study of Starbucks*. *British Food Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0014>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*.

- European Business Review*, 31(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hanny, H., Suroso, I., Subagio, H. N. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., Jember, U., Kalimantan, J., & Tegalboto, K. (2014). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT . Prudential Life Assurance Cabang Jember. *The Effect Of Relationship Marketing On Costumer ' s Satisfaction And Loyalty In Prudential Life Assurance Ltd Branch Jember. ILMIAH*.
- Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, A. H. & H. A. (2020). *Model Of Consumer Trust On Travel Agent Online : Analysis Of Perceived Usefulness And Security On Re- Purchase Interests (Case Study Tiket.com). Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA)*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- K.Sisilia, V. D. A. &. (2020). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Yang Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* Pada Social Bella (Sociolla). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 10(1).
- Kadek, L., & Martini, B. (2013). *Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment dan Customer Loyalty* (Studi pada sebuah Bank Nasional di Denpasar). *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1), 20–23.
<https://www.neliti.com/id/publications/44271/>

- Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2020). Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas. Soepeno... 136 Jurnal EMBA, 8(1), 140–144.
- Lollen Regina Santoso & Edwin Japariato. (2015). Pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan koran Kompas di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 3(1), 1–11.
- Marzal, J. (2019). Revolusi Industri 4.0, Bagaimana Meresponnya. Prod. Humas, 1.
- Nasution, S. A. P. & M. A. (2023). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. Bursa : Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2(3), 299–309.
- Ndubisi, N. O. (2007). *Relationship marketing and customer loyalty. Marketing Intelligence and Planning*, 25(1), 98–106. <https://doi.org/10.1108/02634500710722425>
- Nisa, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Kereta Api di Stasiun Gambir). In Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurchayyo, R., Andry, D., & Kevin, K. (2017). Pengaruh *Trust, Price Dan Service Quality* Terhadap *Intention To Purchase* Pelanggan Bhinneka.Com. Jurnal Riset Manajemen dan

- Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 2(3), 391–400.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.73>
- Octavia Widjaja, C. (2016). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Dan *Customer Satisfaction* Sebagai *Variabel Intervening* Pada Pt. Fuboru Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 52–58.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.2.52-58>
- Othman, B., He, W., Huang, Z., Xi, J., & Ramsey, T. (2021). *The effects on service value and customer retention by integrating after sale service into the traditional marketing mix model of clothing store brands in China. Environmental Technology and Innovation*, 23, 3.
<https://doi.org/10.1016/j.eti.2021.101784>
- Parwati, I Gusti Ayu Alit, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, and G. P. A. J. S. (2017). (2017). Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Singaraja. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(2).
- Prabowo, B. (2008). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Astra Surabaya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(2), 92–97.
- Pratama, Z. A. S. (2020). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. 4(1), 9–15.

- Rahayu, S., & Nurlaela Wati, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 8(2), 119. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Sari, Y. K. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 10–11. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17184>
- Sudrajat, A. T. P. & A. (2021). Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Retention* pada PT BPR di Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi*, 3(7), 1–16.
- Surachmanuddin, Jeni Kamase, S. N. & D. B. (2020). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas pelanggan dan Customer Satisfaction sebagai variabel Intervening Pada Klinik Kecantikan Ressty Aesthetic Clinic di Kota Makassar*. *Jurnal Sosio Sains*, 6(1).
- Telagawathi, S. &. (2022). Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 63–71.
- Ubaidillah, F. R. & R. (2017). Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1716>

- Uyun Nadziroh & Dwiarko Nugrohoseno. (2023). Pengaruh *procedural justice* terhadap *work engagement* melalui *organizational trust* dan *organizational commitment* sebagai *variabel intervening*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 418–432.
- Verawati Pasaribu. (2017). Pengaruh *customer relationship marketing* dan *brand trust* terhadap customer loyalty pada pt. asuransi jiwa wasraya (persero) cabang pekanbaru. *JOM FISIP*, 4(2), 14–16.
- Yang, C. C., & Chao, C. C. (2017). *How relationship marketing, switching costs, and service quality impact customer satisfaction and loyalty in Taiwan's airfreight forwarding industry?* *Transportmetrica A: Transport Science*, 13(8), 699–702. <https://doi.org/10.1080/23249935.2017.1321696>
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). *A proposed model of e-trust for electronic banking.* *Technovation*, 23(11), 847–860. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)

Website

- JMA Syariah. (n.d.). Profil Perusahaan. <https://www.jmasyariah.com/profil-perusahaan/>
- Peraturan Presiden RI. (2014). UU RI No.40 Tahun 2014 tentang Perasuransian. [Www.Ojk.Go.Id](http://www.ojk.go.id), 1–46. https://www.ojk.go.id/Files/201506/1UU402014Perasuransian_1433758676.pdf

Towers Watson. (2022). *Global Medical Trends Survey*. October 12, 2022.

<https://www.wtwco.com/en-us/insights/2022/10/2023-global-medical-trends-survey-report>