

DAFTAR PUSTAKA

- Ardela, Y., Febriyatna, R., Febriyanty, N., & Syahputro, B. S. (2023). Pengaruh program loyalty terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Natasha Skincare Tanjungpinang. *Jurnal Adijaya Multidisiplin*, 1(5), 1091–1099. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/article/view/883>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). 3(2)
- Darmono, S. B. (2020). Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Iphone di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1-9.
- Daumont, D. (2025). *The Four Dimensions of Loyalty: How fostering Principle, Potential, Culture and Community increases customer loyalty — without a rewards program*. Ogilvy Ideas.
- David, F. R. (2023). *Strategic Management: Concepts and Cases* (18th ed.).
- De Giovanni, P. (2024). The modern meaning of quality: Analysis, evolution and strategies. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/382288132_The_modern_meaning_of_quality_analysis_evolution_and_strategies
- Djayapranata, G. F. (2020). Kepuasan Konsumen Tidak Selalu Linear dengan Loyalitas Konsumen: Analisis pada Restoran Cepat Saji di Indonesia. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 03.
- Euromonitor International. (2022). Professional Beauty Services in Indonesia.
- Ferine, K. F., & Juniarti. (2022). *Pelayanan SDM*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Garvin, D. A. (1987). *Competing on the Eight Dimensions of Quality*. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gligor, D.M. and Maloni, M.J. (2022) *‘More is not always better: The impact of value*
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Wiley.
- Gumanti, A. (2024) *Pertumbuhan Industri Kecantikan di Indonesia Disebut Luar*

Biasa.Republika.co.id.<https://ameera.republika.co.id/berita/snnxjn425/per-tumbuhan-industri-kecantikan-di-indonesia-disebut-luar-biasa>

- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE. Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Laksana & Hirawati, (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang
- Lestira, T., Warganegara, P., & Alviyani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment
- Mulyani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Natasha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 123–135.
- Nguyen-Phuoc, D.Q. et al. (2020) ‘Factors influencing customer’s loyalty towards Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over di Kelurahan Pulogadung
- Oliver, R. L. (1999). Whence Customer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Proxis. (2022). Kenali 8 Dimensi Kualitas Produk untuk Bisnis Anda.
- Putri & Alviyani, (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Putri, A. D., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan di MS Glow Aesthetic Clinic. *Jurnal Riset*

Pemasaran, 6(1), 55–67.

Rachim, F. A., Yantih, N., & Masri, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan X di Cikarang).

Rahmawati, L., & Maulana, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Skincare Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 5(3), 78–91.

Rahmawati, N. W. (2021). Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Klinik Kecantikan. *Jurnal Imiah Psikologi*, 9(3), 472–481.

Ratih, D. (2010). Analisis Regresi dan Aplikasinya dalam Penelitian Ekonomi. Yogyakarta: Andi Publisher.

Rina, R. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan ,Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kecantikan MS Glow Kota Palembang

Scribd (2019). Klinik Kecantikan (Kelompok 9). Diakses dari <https://www.scribd.com/document/780782990/KlinikKecantikankelompok-9>

Sinta, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ella Skincare Cabang Gentan.

Sugiyono (2023), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2020). Pemasaran Strategik (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andi.

Wagiran, H. (2010). Metodologi Penelitian dan Pengujian Hipotesis. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wicaksono & Widodo. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Surya Pasca Scientia*, 13.

Wicaksono. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan kualitas Pelayanan Terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ilmu dan riset Manajemen*, 2461-0593.

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional