

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Suatu Studi pada Pelanggan *Scarlett Whitening* di Toko *Moochi.id* Cabang
Ciamis)**

DRAF SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

DINI ALFIA NURZILA
3402180305



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Dini Alfia Nurzila, NIM. 3402180305. “Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan (Suatu studi pada Pelanggan Scarlett Whitening di Toko Moochi.id Cabang Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak Moch. Aziz Basari, S.Sos, M.M, (Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Suatu studi pada Pelanggan Scarlett Whitening di Toko Moochi.id Cabang Ciamis). Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi : Bagaimana Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan, bagaimana Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan bagaimana Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Scarlett Whitening di Toko Moochi.id Ciamis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan, pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan dan pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Scarlett Whitening di Toko Moochi.id Cabang Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menganalisis data yang digunakan dengan menggunakan analisis *product moment*, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian dan pengolahan data yang menunjukkan bahwa : *Relationship marketing* di Toko Moochi.id Ciamis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Relationship marketing* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terdapat pengaruh *relationship marketing* dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan.

Keyword : *Relationship Marketing*, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan penelitian	11
1.4 Manfaat penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	14
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	14
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen	16
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	18
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-Nilai Manajemen.....	19
2.1.1.5 Prinsip-prinsip Manajemen.....	20
2.1.1.6 Level Manajemen.....	20
2.1.1.7 Bidang-Bidang Manajemen	21
2.1.1.8 Manajemen Modern	22
2.1.2 Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran	25
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran.....	26
2.1.2.4 Masalah-Masalah dalam Pemasaran.....	26
2.1.2.5 Fungsi Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.6 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2.7 Elemen Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.8 Konsep Inti Pemasaran	29

2.1.2.9 Strategi Pemasaran.....	30
2.1.2.10 Marketing Mix	31
2.1.2.11 Pemasaran Era Industry 4.0	32
2.1.2.12 Digital marketing	32
2.1.3 Relationship Marketing	34
2.1.3.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	34
2.1.3.2 Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	35
2.1.3.3 Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	36
2.1.3.4 Unsur-unsur yang dibutuhkan dalam implementasi <i>Relationship Marketing</i>	37
2.1.3.5 Indikator <i>Relationship Marketing</i>	37
2.1.4 Brand Image	38
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	38
2.1.4.2 Pengukuran <i>Brand Image</i>	39
2.1.4.3 Faktor-faktor pembentuk Brand Image.....	40
2.1.4.4 Komponen <i>Brand Image</i>	42
2.1.4.5 Indikator <i>Brand Image</i>	42
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	44
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	44
2.1.5.2 Faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan	45
2.1.5.3 Aspek penting kerangka pengukuran kepuasa pelanggan	46
2.1.5.4 Metode pengukuran kepuasan pelanggan.....	47
2.1.5.5 Strategi kepuasan pelanggan.....	47
2.1.5.6 Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif	48
2.1.5.7 Program kepuasan pelanggan	49
2.1.5.8 Indikator kepuasan pelanggan	49
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	50
2.2 Kerangka pemikiran	50
2.2.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	55
2.2.3 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
2.3 Hipotesis penelitian	58
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	59
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	62
3.2.1 Definisi Variabel.....	62
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	63

3.3 Populasi dan sampel penelitian	65
3.3.1 Populasi	65
3.3.2 Sampel	65
3.4 Sumber dan Teknik Analisis Data	67
3.4.1 Sumber Data	67
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	68
3.5 Teknik analisis data	70
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	70
3.5.2 Analisis Asosiatif/Verifikatif	73
3.5.2.1 Pengaruh Relationship Marketing (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dan Pengaruh Brand Image (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ...	73
3.5.2.2 Pengaruh Relationship Marketing (X1) dan Brand Image (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ...	78
3.6 Tempat dan waktu penelitian	81
3.6.1 Tempat Penelitian.....	81
3.6.2 Waktu Penelitian	82

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	83
4.1.1 Gambaran umum objek penelitian	83
4.1.1.1 Profil perusahaan	83
4.1.1.2 Visi, misi, logo dan tujuan perusahaan	84
4.1.1.3 Aspek kegiatan toko moochi.id ciamis	85
4.1.1.4 Struktur organisasi toko moochi.id ciamis.....	86
4.1.2 Karakteristik responden.....	88
4.1.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	89
4.1.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	90
4.1.2.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan terakhir	91
4.1.3 Deskripsi variabel yang diteliti.....	92
4.1.3.1 Deskriptif hasil penelitian <i>relationship marketing</i>	92
4.1.3.2 Deskriptif hasil penelitian tentang <i>brand image</i>	107
4.1.3.3 Deskriptif hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan	122
4.1.4 Hasil pengujian hipotesis.....	139
4.1.4.1 Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap kepuasan pelanggan.....	139
4.1.4.2 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap kepuasan pelanggan	150
4.1.4.3 Pengaruh <i>relationship marketing</i> dan <i>brand</i> <i>image</i> terhadap kepuasan pelanggan	161

4.2 Pembahasan	176
4.2.1 Pengaruh dukungan <i>relationship marketing</i> terhadap kepuasan pelanggan	176
4.2.2 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap kepuasan pelanggan ...	178
4.2.3 Pengaruh <i>relationship marketing</i> dan <i>brand image</i> terhadap kepuasan pelanggan.....	181
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	184
5.2 Saran.....	185
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

1.1	Top Brand Perawatan Terlaris	2
1.2	Data pelanggan yang melakukan transaksi di Toko Moochi.id.....	5
1.3	Hasil Kuesioner Pra-survey	8
2.1	Fungsi-fungsi Manajemen	16
2.2	Penelitian terdahulu yang relevan.....	51
3.1	Operasionalisasi variabel	64
3.2	Jawaban dan cara pemberian skor kuesioner	70
3.3	Interpretasi koefisien kolerasi	75
3.4	Jadwal waktu penelitian.....	82
4.1	Interpretasi penafsiran kondisi variabel	92
4.2	Saya percaya kepada Toko Moochi.id selalu jujur dan Amanah.....	93
4.3	Saya yakin membeli produk Scarlett Whitening sudah terjamin kualitas dan keamanan BPOMnya	94
4.4	Saya tidak ragu lagi untuk membeli produk scarlett whitening karena saya percaya produk Scarlett Whitening sejak pertama kali muncul ...	95
4.5	Toko moochi.id selalu memberikan discount kepada pelanggan tetap karena sudah sering membeli produk scarlett whitening.....	96
4.6	Saya akan selalu menggunakan produk Scareltt Whitening karena cocok untuk perawatan kulit saya	97
4.7	Di toko Moochi.id boleh menukarkan produk kapan saja	98
4.8	Komunikasi Toko Moochi.id dengan pelanggan sangat baik.....	99
4.9	Pelayanan di Toko Moochi.id sangat sopan dan ramah.....	100
4.10	Saya selalu mendapatkan informasi mengenai produk Scarlett Whitening dari toko Moochi.id melalui media sosial.....	100
4.11	Saya selalu memberikan kritik kepada toko Moochi.id jika pelayanannya kurang baik	101
4.12	Toko Moochi.id selalu sabar dan tetap bersikap baik ketika saya complain produk Scarlett Whitening.....	102
4.13	Jika produk Scarlett Whitening yang dibeli memiliki cacat fisik toko Moochi.id selalu menggantinya dengan produk baru.....	103
4.14	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel <i>Relationship Marketing</i>	104
4.15	Interpretasi Mengenai Relationship Marketing pada Toko Moochi.id Ciamis.....	107
4.16	Logo yang dipakai oleh perusahaan Scarlett Whitening mudah untuk diingat.....	108
4.17	Produk Scarlett Whitening mudah di kenal	109
4.18	Desain kemasan produk Scarlett Whitening sangat menarik.....	110
4.19	Produk Scarlett Whitening sudah banyak dipakai oleh kalangan artis/selebgram.....	111
4.20	Produk Scarlett whitening terkenal diseluruh Indonesia.....	112
4.21	Brand Ambassador yang dipakai untuk mempromosikan produk Scarlett Whitening adalah artis/selebgram terkenal di Indonesia.....	113

4.22	Harga produk Scarlett Whitening yang ditawarkan oleh toko Moochi.id sangat terjangkau	114
4.23	Produk Scarlett Whitening memiliki ciri khas yang unik dari produk lain	114
4.24	Produk Scarlett Whitening memiliki banyak varian produk dan varian rasa yang wangi dan segar	115
4.25	Saya selalu membeli produk Ketika perusahaan Scarlett Whitening mengeluarkan produk baru	116
4.26	Saya selalu melakukan pembelian ulang produk Scarlett Whitening karena aman untuk digunakan	117
4.27	Saya selalu loyal dalam melakukan pembelian produk Scarlett Whitening di Toko Moochi.id	118
4.28	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Brand Image ..	119
4.29	Interpretasi Mengenai Relationship Marketing pada Toko Moochi.id...	122
4.30	Saya selalu melakukan pembelian Kembali produk Scarlett Whitening di toko Moochi.id	123
4.31	Saya selalu menggunakan produk Scarlett Whitening karena cocok dengan kulit tubuh dan wajah.....	124
4.32	Saya selalu membeli produk Scarlett Whitening karena harga produk terjangkau	125
4.33	Saya selalu melakukan review hasil dari pemakaian produk Scarlett Whitening kepada keluarga, teman atau orang lain yang belum memakai produk Scarlett Whitening	126
4.34	Saya selalu merekomendasikan produk Scarlett Whitening kepada keluarga, teman atau orang lain	127
4.35	Saya sering berbagi pengalaman berbelanja produk Scarlett Whitening di Toko Moochi.id kepada orang lain.....	128
4.36	Saya merasa puas membeli produk Scarlett Whitening karena memberikan hasil yang maksimal dalam pemakaiannya.....	129
4.37	Produk Scarlett Whitening sudah terdaftar di BPOM sehingga aman untuk digunakan	130
4.38	Toko Moochi.id selalu menjual produk Scarlett Whitening asli dengan kualitas yang baik	131
4.39	Semua produk Scarlett Whitening yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan produk yang dibutuhkan oleh saya	132
4.40	Saya selalu melakukan pembelian ke Toko Moochi.id karena pelayanannya yang ramah dan lokasinya mudah untuk dijangkau.....	133
4.41	Selalu melakukan pembelian ke Toko Moochi.id karena tempatnya yang nyaman dan penataan produk yang baik sehingga saya mudah dalam mencari produk yang saya butuhkan.....	134
4.42	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan.....	135
4.43	Interpretasi Mengenai Relationship Marketing pada Toko Moochi.id...	138
4.44	Rekapitulasi analisis deskriptif	138
4.45	Nilai-nilai Perhitungan Variabel Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan.....	140

4.46	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi X1 terhadap Y	144
4.47	Nilai-nilai Perhitungan Variabel Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan.....	150
4.48	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi X2 terhadap Y	155
4.49	Bobot-Bobot Hasil Perhitungan Variabel Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan	161
4.50	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi X1 dan X2 terhadap Y.....	165
4.51	Rekapitulasi Analisis Asosiatif	174

DAFTAR GAMBAR

2.1 Digital Marketing	33
2.2 Paradigma Penelitian.....	57
3.1 Flowchart Penelitian	61
4.1 Logo Scarlett Whitening	85
4.2 Logo Toko Moochi.id Ciamis	85
4.3 Struktur Organisasi Toko Moochi.id cabang Ciamis	86
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	90
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ..	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Bimbingan	194
Lampiran 2	Surat Ijin Penelitian	195
Lampiran 3	Surat Balasan Ijin Penelitian	195
Lampiran 4	Rekap Data Jawaban Pra-survey	197
Lampiran 5	Data Penguat Masalah (Pra-survey)	198
Lampiran 6	Visi & Misi Perusahaan.....	
Lampiran 7	Kuesioner Penelitian.....	199
Lampiran 8	Rekap Data Identitas Responden.....	205
Lampiran 9	Rekap Data Jawaban Responden, Frekuensi dan Uji Vaiditas setiap Variabel	208
Lampiran 10	Korelasi SPSS.....	217
Lampiran 11	Regresi SPSS	218
Lampiran 12	Distribusi T	221
Lampiran 13	Distribusi F	222
Lampiran 14	Daftar Riwayat Hidup.....	223

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, Nadia. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang*. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, vol. 1 (2) hal. 46-55
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Astuti, Miguna. 2021. *Book Chapter : Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Yogyakarta : Penerbit Deepublis
- Cangara Satriawati. 2017. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Kantor Unit Citra Sudiang Makassar)*. Jurnal Ecosystem, vol. 17 (3) hal. 971-980
- Daga, Rosnain. 2017. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa : Global-RCI
- Djarmiko, Budi. 2012. *Study Kelayakan Bisnis*. Bandung : STEBI- Bandung Business School
- Farida, Ida et.al. 2016. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, vol. 1 (1) hal. 31- 40.
- Firmansyah, M. Anang dan Budi W. Mahardika. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara
- Foster, Bob dan Sidharta Iwan. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif
- Handayani, Tati dan Fathoni Muhammad Anwar. 2019. *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta : Deepublish
- Handoko, T. Hani. (2019). *Manajemen*, Edisi kedua. BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta : PT. BUKU SERU
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasyim Muhammad Alfa, et.al. 2017. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pelanggan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol. 43 (1) hal. 148-156

- Hendrayani Eka, et.al. 2021. *Manajmen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung : CV Media Sains Indonesia
- Hendrayanti, Eka et. al. 2021. *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia
- Indrasari, Meitiana. 2019. *Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press
- Indriyana, Dea Ayu dan Asminah Rachmi. 2018. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Nanisa Beauty and Dental Clinic Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB), vol. 4 (1) hal. 25-29
- Kamalia, La Ode. 2021. *Peran Komite Medis Dan Keperawatan Dalam System Pemasaran Jasa Kesehatan Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Rumah Sakit Umum Daerah Di Sulawesi Tenggara*. Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia
- Karina Mona dan Sari Dewi Purnama. 2021. *Pengaruh Relationship Marketing dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mustika Ratu pada Gerai DAN+DAN Jakarta*. Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis, vol. 10 (2) hal. 79-91
- Khotimah, Chusnul et. al. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas pelanggan (Survei Terhadap Pelanggan Indihome Pt. Telkmo, Tbk, STO Klojen Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis(JAB), vol. 36 (1) hal. 121-128
- Kotler, Philip et.al. 2014. *Marketing 4.0*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kristanto, Candra dan Yahya. 2017. *Pengaruh Relationship Marketing Tehadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Maskara Brilliant Bayu Zada*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, vol. 6 (1) hal. 1-20
- Kurniawati, Tyas et.al. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember*. E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, vol. 6 (1) hal. 147-151
- Mahendra, K. Putra & Ratih Indriyani. 2018. *Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV perkasa utomo*. Agora, vol.7 (1) hal. 1-5
- Mardia, et. al. 2021. *Strategi Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Martjiono, Ricky et.al. 2016. *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Dirumah Makan Kakkk, Ayam Geprek!!!*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, vol. 4 (2) hal. 484-494
- Morissan. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Prenadamedia Grup
- Novianti, Yola dan Tiurniari Purba. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah*. Jurnal Ilmiah Maksitek, vol. 5 (2) hal. 35-46
- Nurdiansyah, Haris dan Robbi S. Rahman. 2019. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Diandra Kreatif

- Nurdin et. al. 2020. *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. (Study pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palu)*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, vol. 2 (1) hal. 87-104
- Nurfadila et. al. 2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Honda*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako, vol. 1 (3) hal. 319-332
- Pranomo, D. Setyo et.al. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada BMT Umat Sejahtera Lasem)*. Journal of management vol.2 (2) hal 1-18
- Pramudyo, Anung. 2012. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Yogyakarta)*. JBMA, vol.1 (1) hal. 1-16
- Praptiwi, N. 2021. *Pengaruh dukungan celebrity endorsement dan perilaku konsumen terhadap minat beli konsumen*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan
- Pratama, Rheza. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia
- Priyangan, Ade. 2013. *Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global*. Jurnal Kebangsaan, vol. 2 (4) hal 1-9
- Riantono, Ignatius Edward. 2014. *Pengelolaan Manajemen Modern Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance : Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan*. Jurnal Binus Business Review, vol 5 (1) hal. 315-322
- Riduwan dan Sunarto. 2011. *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta
- Ritonga, Husni Muharram et.al. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda IDK 2 Medan*. Jurnal Manajemen Tools, vol. 12 (2) hal. 30-44
- Rizan, Mohammad et.al. 2012. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur)*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, vol. 3 (1) hal. 1-17
- Robbins, S. & Coulter, M. 2012. *Management. Eleventh edition. Prentice Hall. New Jersey*. Tersedia : <http://leadingandfollowing.com.documents.OCAQParticipantManual.pdf>. (20 juni 2022)
- Ruhamak, M. Dian dan Rahayu, B. 2016. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course*. Jurnal ekonika vol. 1 (2) 188-204

- Ruhamak, M. Dian dan Rahmadi Afif Nur. 2019. *Pengaruh E-WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, vol. 7 (2) hal. 233-246
- Sakinah, N. Laela dan Suhardi Danang. 2018. *Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Jasa*. Indonesian Journal Of Strategic Management, vol. 1 (1) hal. 13-31
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep strategi pemasaran : marketing concepts and strategies*. Makassar : CV Sah Media
- Santoso Lollen Regina dan Japariato Edwin. 2015. *Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan pada Koran Kompas di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, vol 3 (1) hal. 1-11
- Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sarinah dan Mardalena. 2022. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit Deepublis
- Sarjono, Bambang. 2015. *Strategi Pemasaran Produk Baru*. Jurnal ORBITH, vol. 11 (3) hal. 230-236
- Satriadi, et. al. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Samudra Biru
- Sawlani, Dhijar Kelly. 2021 *Digital Marketing: Brand Image*. Surabaya : SKORPINDO Media Pustaka
- Setyawan, Dodiet Aditya. 2021. *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Klaten : CV Tahta Media
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press
- Silsilahi, Marto, et.al. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta : Yayasan Kita Menulis
- Siswanto, Bedjo. 2021. *Pengantar Manajemen*. Makassar : Bumi Aksara
- Slamet. 2022. *Manajemen Berbasis Nilai*. Malang : CV Literasi Nusantara Abadi
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Sulistiasni, Eni dan Nasution M Nuh. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Telepon Genggam “Samsung” (Study Kasus di Mahasiswa Program Study Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA)*. Jurnal Utilitas, vol. 2 (1) hal. 1-8
- Sunaryo, Pransiska D. S dan A. A. Ayu Rai Wahyuni. 2021. *Koperasi Simpan Pinjam Bali Artha Guna dalam Bingkai Budaya Masyarakat Modern di Bali*. Journal of Arts and Humanitis, vol. 25 (1) hal. 26-35

- Suprihanto, John. 2018. *Manajemen*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Suryati, lili. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublis
- Susanti, Ni Putu Hani dan I Made Wardana. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek The Body Shop*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, vol. 4 (2) hal. 622-636
- Suyuthi Nurmadhani Fitri, et. al. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan : Yayasan kita Menulis
- Synathra, Victor dan Sunarti. 2018. *Pengaruh Relationship marketing Terhadap kepuasan Nasabah Dan dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan BCA Kantor Kas Sawojajar Kota malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol. 55 (1) hal. 115-124
- Terry, George., dan Leslie, W. Rue. 2010. *Dasar-dasar Manajemen cetakan kesebelas*. Jakarta : PT.Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandi dan Chandra Gregorius. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Toriman, Muhammad dan Asnawati. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen, vol. 8 (1) hal 66-79
- Triana, Febri. et. al. 2015. *Relationship Marketing sebagai upaya mempertahankan loyalitas pelanggan(studi kasus ekspor perusahaan kerajinan Dona Doni Rattan Gallery di Singosari Malang)*. Jurnal Administrasi bisnis (JAB), vol. 24 (1) hal. 1-10
- Ummasyroh, et. al. 2020. *Penerapan Marketing 4.0 dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Kegiatan Promosi Pemasaran Politeknik*. Jurnal Riset Terapan Akuntansi, vol. 4 (1) hal. 96-104
- Usvela, Efit et.al. 2019. *Pengaruh brand image, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Herbalife*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, vol. 5 (2) hal. 300-312
- Wahyuni Rika dan Irfani Hadi. 2017. *Pengaruh Relationship Marketing, Kepuasan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Sederhana Masakan Padang*. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi, vol. 6 (2) hal. 331-337
- Wardhana, Aditya et. al. 2022. *Penghantar Ilmu Administrasi dan Manajemen (Teori dan Aplikasi)*. Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia
- Widjojo, P. Ongko. 2013. *Pengaruh Perpsepsi Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center Di Surabaya*. Jurnal Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen, vol. 2 (4) hal. 1-5
- Yanuar, Mahardi Masnia et.al. 2017. *Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan OptikMarlin Cabang Jember*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, vol. 3 (1) hal. 61-80

Website:

<https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/> (Diakses pada tanggal 25 Maret 2022)

<https://volutondigital.id/digital-marketing-2038/dashboard/content> (Diakses pada tanggal 20 juli 2022)