

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.
- Cahyadi, I. F. (2019). *Strategi Repositioning Bisnis Multi Level Marketing dan Tinjauan dari Perspektif Syariah*. 7(1), 113–128.
- Cassia, F., Magno, F., & Ugolini, M. (2015). Service-based vs. goods-based positioning of the product concept: effects on customer perceived value. *Management Decision*, 53(8), 1883–1898.
- Cengiz, E., & Kirkbir, F. (2007). Customer perceived value: The development of a multiple item scale in hospitals. *Problems and Perspectives in Management*, 5(3), 252–268.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek : Planning Dan Strategy* (p. 336 Halaman). p. 336 Halaman. Pasuruan, Jawa Timur: Penerbit Qiara Media, 2019.
- Indrawan. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Janosik, S. M. (2019). Nilai Pelanggan Sebagai Hasil Dari Kualitas Pelayanan Survey terhadap Pelanggan Restoran Nobu Sushi dan Ramen. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Pradesty, K. (2018). *Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Memilih Produk Mayang Collection (Studi pada Konsumen Mayang Collection Malang)*. 372(2), 2499–2508. <https://doi.org/10.1056/nejmoa1407279>

- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edii13. Ji). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2013). *Marketing Manajemen Fourteenth edition*. England: Pearson Education Limited.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Media Farmasi Indonesia. (2013). *Pengaruh kualitas obat terhadap nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan di apotek dela semarang 1*. 14(2), 1507–1516.
- Melanny, G. K. (2016). *Pengaruh Kegunaan Produk, Kemudahan Penggunaan Produk, dan Pergaulan Sosial Terhadap Minat Mereferensikan Melalui Nilai Pelanggan Pada Produk Telkomsel Flash Di Surabaya*. 1(1), 10–21.
- Munisih, S., & Soliha, E. (2015). *Prosiding Seminar Nasional & Call for Papers Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang. Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas STIKUBANK Semarang*, 2(1), 1–16.
- Nurhayani, Suryono, D. (2019). *Startegi Pemasaran Kontemporer*. Serang: CV. Penerbit Qiara Media.
- Priyatno. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Jakarta: Andi Publisher.
- Rosyad, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Santoso S. (2012). *Kesehatan dan Gizi*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran* (A. Diana, Ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wiratna, S. V. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.