

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Afifudin, A., & Saebani, B. A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aisyah, N. (2020). Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 55–63.
- Ali, H., & Oktavia, D. (2019). Pengaruh Customer Value dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 102–112.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aulia, N. R., & Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(1), 75–83.
- Fembuani, F. (2022). Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(3), 221–230.
- Finnora, E., & Razak, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Jakarta: Universitas Krisnadwipayana.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Iskandar, A. (2014). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Irawan, H. (2018). Loyalitas Konsumen di Industri Pembiayaan: Studi Empiris pada Perusahaan Leasing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 14(3), 245–256.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 7th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Mahendra, R. (2021). Reputasi Perusahaan Sebagai Penentu Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi*, 9(2), 145–154.
- Nurlaila, L. (2020). *Pengaruh Customer Value, Reputasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT Pegadaian*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- PT Pegadaian (Persero). (2024). *Profil dan Sejarah Perusahaan*.
- PT Pegadaian (Persero). (2024). *Produk dan Layanan Pegadaian*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Walsh, G., Beatty, S. E., & Shiu, E. M. K. (2009). The Customer-Based Corporate Reputation Scale: Replication and Short Form. *Journal of Business Research*, 62(10), 924–930.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.