

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah. & Rizan, M. (2016). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Alakasa Extrusindo. *Manajerial*, 9(2), 47-56.
- Brown, A. S. *et. al.* (2005). Spreading the words: Investigating antecedents of customer's positive word of mouth intention and behavior in retailing context. *Academy of Marketing Science Journals*, 33(2), 123- 138.
- Bungin, B. (2012). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chang, H. H., Wang, Y. A. & Yang, W. Y. (2009). The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: Moderating effect of perceived value. *Total Quality Management and Business Excellence*, 20(4), 423-435.
- Childs, J. L. & Drake, M. (2009). Consumer perception of fat reduction in cheese. *Journal of Sensory Studies*, 24(6), 902-921.
- Cronin, J. R., Joseph, J., Michael, K., Brady, G. & Hult, T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(20), 193-218.
- Damayanti, E. (2014). Pengaruh customer perceived value terhadap loyalitas pelanggan pengguna Telkom Speedy. *E-Proceeding of Management*, 1(3), 1-10.
- Egan, J. (2001). *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing*. England: Pearson Educated Limited.
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* (Ed. Ke-2). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaffar, V. (2008). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Giddens, N. (2002). *Brand Loyalty: Missouri Value-added Development Center*. University of Missouri.
- Griffin, J. (2009). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hasan, A. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.

- Hellier, P. K., *et al.* (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1780
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Ed. Ke-14). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14<sup>th</sup> Ed.). Pearson: Prentice Hall Global Edition.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Ed. Ke-13). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krisno, D. & Samuel, H. (2013). Pengaruh perceive quality, perceived sacrifice dan perceived value terhadap customer satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1-12.
- Lai, T. L. (2004). Service quality and perceived value's impact on satisfaction, intention and usage of short message service (SMS). *Information System Frontiers*, 6(4), 353-368.
- Lamidi. (2012). Hubungan antara kualitas pelayanan, perceived price, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(2), 143-156.
- Lovelock, C. H. & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing, People, Technology, Strategy*. New Jersey: Prentice Hall Upper Sadle River.
- Lovelock, C. H. (2010). *Services Marketing* (6<sup>th</sup> Ed.). Prentice-Hall International.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Ed. Ke-2). Jakarta: Salemba Empat.
- Manurung, D. (2009). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Mardikawati, W. & Farida, N. (2013). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 31-40.
- Musfar, T. F. & Novia, V. (2012). Pengaruh experiential marketing terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Restoran Koki Sunda di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 20(4), 1-19.
- Oliver, R. (2010). Whence customer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 42-60.

- Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Skripsi*. Universitas Kristen Petra
- Parasuraman, A. & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality value-loyalty chain: A research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 168-174.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (2007). Reassessment of expectation as a comparison standard in measuring service quality: Implication for future research. *Journal of Marketing*, 54(2).
- Paul, P. J. & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Robinette, S. (2001). *Emotion Marketing*. New York: Mc.Grow Hill Book Company.
- Rofianah, Paramita, P. D. & Fathoni, A. (2016). Pengaruh product quality dan customer perceived value terhadap *Customer Loyalty* dengan dimediasi trust pelanggan pada Mini Market Alfamart Boja Kendal. *Journal of Management*, 2(2), 1-15.
- Samuel, H. & Wijaya, N. (2009). Service quality, perceive value, satisfaction, trust, dan loyalty pada PT. Kereta Api Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 23-37.
- Sangadji, E. M. & Sopiah, U. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Ed. Ke-6). Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. (2010). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Subagyo, H. & Saputra, R. (2012). Pengaruh perceived service quality, perceived value, satisfaction, dan image terhadap customer loyalty: Studi kasus Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 42-52.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)* (Cet. Ke-8). Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmawati, K. (2011). Pengaruh kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi kereta api eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 52-61.

- Sweeney, J. & Soutar, G. (2001). Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 203-205.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Woodruff, R. W. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139-153.
- Yulianto, A. D., Sunaryo. & Aisjah, S. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan perceived value terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 240-253.