

DAFTAR PUSTAKA

- Ajao, Rahim dan Ignatius. (2012). *Is Customer satisfaction an Indicator of Customer Loyalty* University of Lagos, Nigeria.
- Ariska Puspita A (2019). *Suplemen Efektif Tingkatkan Daya Tahan Tubuh, Health Update*. Jakarta.
- Aryani.D. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi.Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Bernard T. Widjaja (2009). *Lifestyle Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Daniel Pereira, Ni Gusti Ketut dan I Putu Gede (2012), Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Koperasi Dadirah, Dili, Timor-Leste.
- Diah Kusumantara. (2016). Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction, serta Dampaknya terhadap Customer Loyalty.
- Ferdinand, A. (2002). *Struktural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen Edisi 2*. FE Undip Semarang.
- Gantara, Gery, Srikandi dan Nusman. (2012). Analisis pengaruh kualitas layanan dan perceived value terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Hadisantoso, T (2014). Enam indikator kepuasan konsumen menurut tjiptono. Diunduh Januari 2016 dari: <http://www.teguhhadisantoso.com/6-indikator-kepuasan-konsumen-menurut-tjiptono/>
- Handi, Irawan. 2004. *Indonesia Customer Satisfication Index*. Frontier.
- Handi, Irawan. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Hartono, 2012 Metodologi Penelitian, *Aplikasi Dalam Pemasaran Untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Japarianto, E. (2007). Analisis Kualitas layanan sebagai pengukur loyalitas pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan pemasaran relasional sebagai variable intervening. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Kotler, P. (2008). Marketing Management. 11th ed..Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.Inc.
- Kotler, Philip, & Amstrong, Gary. 2008. Principles Of Marketing (terjemahan). Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks (Gramedia Group).
- Lai, T.L. (2004), “*Service Quality and Perceived Value’s Impact on Satisfaction, Intention and Usage of Short Message Service (SMS)*,” *Information System Frontiers*, Vol. 6, No.4.
- Latan, H. dan Ghozali, I. 2012. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Lie, Chia-Chi. (2003). The Role of Customer Perceived Value in Generating Customer Satisfaction: An E-Business Perspective. London Metropolitan University, UK.
- Malhotra, Naresh K. 2006. Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Mohsan, Faizan dan Musarat. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intention to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. University of the Punjab. Pakistan.
- Najib dan Shahzad. (2012). Attaining Customer Loyalty, The Role of Customer Attitude and Customer Behaviour. Lynn University.
- Novita Intan (2017), Nilai pH, keasaman, Aplikasi Teknologi Pangan.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1998), *SERVQUAL: a multiple item scale for Measuring consumer perceptions of service quality*, Journal of Retailing, vol. 64, No I.

- Rizan, Mohammad dan Dewi. (2014). Relationship Marketing and Customer Loyalty: Do Customer Satisfaction and Customer Trust Really Serve as Intervening Variable. Faculty of Economic, state University of Jakarta, Indonesia.
- Santoso, S., 2014, Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22, PT GRAMEDIA KOMPUTINDO, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2007. Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis).Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, Costumer Behavior,Internasional Edition, Prentice Hall
- Subagio, Hartono dan Robin. (2012). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value Satisfaction dan Image terhadap customer loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia), Faculty of Economics Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Tjiptono. 2002. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran Yogyakarta: Andi.
- Vonny S, Ujang S, Megawati S dan Eva Z (2019), Pengaruh *Perceived Brand Quality*, *Perceived Value* dan *Switching Cost* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty* – Studi Pasar Industri Kimia, Indonesia.
- Yuanita T (2016), Pengaruh Kualitas Layanan dan Customer Perceived Value terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Jasa Layanan Go-Jek di Wilayah Tangerang Selatan).