

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2013, 17 Desember). “ Pengelolaan Kualitas Jasa” (Blog post).
Diperoleh dari <http://dwipuumbatu.blogspot.com/2013/12/pengelolaan-kualitas-jasa-suatucara.html>
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In Murchinson, C. A. (Ed.), *A Handbook of Social Psychology*. Clark University Press, Worcester, MA, hal. 798-844.
- Arsanam, P. and Yousapronpaiboon, K. (2014). The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction of Pharmacy Departments in Public Hospitals. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. Vol. 5, hal. 261-265.
- Aryani, D. dan Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, hal. 114-126.
- Baetie, Destiana. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara. *Department of Administrative sciences – Tourism Travel Business Studies Program Faculty of Social and Political Sciences*. Vol. 5, hal. 1-13.
- Bitner, M.J., Booms, B.H. and Tetreault, M.S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, Vol. 54, hal. 71–84.

Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *Journal of Marketing*, Vol. 30, hal. 8-32.

Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol. 36, hal. 811 828.

Cronin, Jr., J.J. and Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*, Vol. 56, hal. 55 – 68.

Data Statistik Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Jawa Barat Desember 2017-Desember 2018 diperoleh dari <http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=statistik-wisatawan&act=showdetail&catid=13&id=244>

Diab, Balqis. (2009). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan* (Tesis magister). Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia.

Dini, N. (2015, 22 November). “Pengertian dan Contoh Penelitian Survei Menurut Para Ahli” (Blog post). Diperoleh dari <http://www.kumpulancontohmakalah.com/2015/11/pengertian-dan-contoh-penelitian-survey.html>

Dosen Pendidikan 3. (2019, Februari). *7 Pengertian Dan Karakteristik Jasa Menurut Para Ahli*. Diperoleh dari <https://www.dosenpendidikan.com/7-pengertian-dan-karakteristik-jasa-menurut-para-ahli/>

Felix. R. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selection Banks in Rwanda. *Journal of Business & Financial Affairs*. Vol. 6, hal. 1-11.

Frf. (2016, 20 Oktober). “Fungsi, Manfaat dan Peran Brand Image” (Blog post).
Diperoleh dari <http://mangihot.blogspot.com/2016/10/fungsi-dan-peran-brand-image.html>

Hestanto. (2019). “Citra Merek (brand image) Menurut Para Ahli” (Blog post).
Diperoleh dari <https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>

Hestanto. (2019). “Manfaat dan Strategi Kepuasan Pelanggan” (Blog post).
Diperoleh dari <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/>

Hestanto. (2019). “Strategi Perusahaan” (Blog post). Diperoleh dari <https://www.hestanto.web.id/strategi-perusahaan-wiki/>

Ichsanti. (2019). “Pengertian, Karakteristik serta Strategi Pemasaran Jasa” (Blog post). Diperoleh dari <https://www.akuntansilengkap.com/pemasaran/pengertian-karakteristik-serta-strategi-pemasaran-jasa/>

Juniadi, R. (2019). “Marketing Mix adalah Bauran Empat Elemen Pemasaran” (Blog post). Diperoleh dari http://www.riomuda.com/marketing-mix/screenshot_1/

Karakteristik Merek. (n.d.). Diperoleh dari <https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/karakteristik-merek/>

Kepuasan Pelanggan. (n.d.). Diperoleh dari <https://etalasepustaka.blogspot.com/2016/08/pengertian-indikator-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli.html>

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Laksono, Adityo. (2015, 10 Maret). "Pengertian Pelayanan dan Faktor-faktor menurut ahli" (Blog post). Diperoleh dari <http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-pelayanan-dan-faktor-faktor.html>

Majid, M. (2019). "Marketing Mix: Pengertian, Tujuan, dan Konsep Bauran Pemasaran" (Blog post) diperoleh dari <https://www.maxmanroe.com/pengertian-marketing-mix.html>

Membangun Brand Image Produk. (n.d.). Diperoleh dari <https://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/05/membangun-brand-image-produk.html>

Metodologi Penelitian. (n.d.). Diperoleh dari

<https://widisudharta.weebly.com/metode-penelitian-skripsi.html>

Mulyono, B. H., Yoestini, Nugraheni, R., dan Kamal, M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol. 4, hal. 91-100.

Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*. Vol. 17, hal. 460-469.

Parasuraman, A., Berry, L. L., dan Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1. Hal 12-40.

Panjaitan, J. E. dan Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol. 11, hal. 265-289.

Pantoro, E. I., Jokom, R. dan Harianto, A. (2017). Harapan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Di Kantin Universitas Kristen Petra. *Manajemen Perhotelan*. Hal. 501-509.

Pembahasan Lengkap Teori Pemasaran Terpadu (n.d.). Diperoleh dari <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-pemasaran-terpadu-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-pemasaran-terpadu/>

Putra, R. A. (2014). “Hipotesis dan Rancangan Penelitian” (Blog post) diperoleh dari <http://rianindustrial.blogspot.com/2014/11/hipotesis-dan-rancangan-penelitian.html>

Putro, S. W., Samuel H., Karina, R. dan Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2, hal. 1-9.

Ramseook-Munhurrun, P., Naidoo, P. and Lukea-Bhiwajee, S. D. (2010). Measuring Service Quality: Perceptions of Employees. *Global Journal of Business Research*, Vol. 4, hal. 47-58.

Rita. (2018, 27 Maret). “Brand Image” (Blog post). Diperoleh dari <http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2018/03/brand-image/>

Saparuddin. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Reflex (DSLR). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Hal. 1-13.

Sari, S. W. (2015). *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di nDalem Ngabean Resto*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.

Satria, Ase. (2019). “Pengertian Pelayanan Publik dan Standar Pelayanan Publik Dalam Administrasi Negara Menurut Menurut Para Ahli” (Blog post). Diperoleh dari <http://www.materibelajar.id/2016/03/pengertian-pelayanan-publik-dan-standar.html>

Sgrhrbstn. (2013, 30 Maret). “Definisi Brand / Merek” (Blog post). Diperoleh dari <https://sgrhrbstn.wordpress.com/2013/03/30/logo-potongan-sgr-hrbstn/>

Sureshchandar, G.S., Rajendran, C. and Anantharaman, R. N. (2002). The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction – a Factor Specific Approach. *Journal of Services Marketing*, Vol. 16, hal. 364-379.

Suryadharma, I. W. W. dan Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, hal. 930-942.

Tawi, M. (2013, 1 Juni). “Pengukuran Sikap: Skala Likert” (Blog post). Diperoleh dari <https://syehaceh.wordpress.com/2013/06/01/pengukuran-sikap-skala-likert/>

Teori Regresi Linier Berganda. (n.d.). Diperoleh dari <https://www.galinesia.com/2017/11/teori-regresi-linier-berganda-lengkap.html>

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Wahab, Z. dan Widiyanti, M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*. Hal. 59-72.

Wahyono, Budi. (2013, 31 Juli). “Hierarki Dan Klasifikasi Produk” (Blog post).
Diperoleh dari <http://www.pendidikanekonomi.com/2013/07/hierarki-dan-klasifikasi-produk.html>

Yamin, S. (2012). Mengukur Tingkat Kepuasan Pelayanan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Dalam Diklat Fungsional Calon Peneliti. *Widyariset*. Vol. 15 No.1. Hal. 163-174.

Zeithaml, V. A. (1988). Customer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Mode; and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52, hal. 2-22.

