

DAFTAR PUSTAKA

Crosby (dalam Yazid, 2005) biaya untuk menarik pelanggan baru membutuhkan biaya tiga hingga lima kali lipat dari pada pelanggan lama. Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono, (2007 :137) Untuk mencapai suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif perusahaan jasa perlu memperbaiki kualitasnya. Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjipto (2007:138) Biaya kualitas layanan terjadi akibat kualitas layanan yang buruk external dan internal , dan juga kualitas layanan yang baik contoh biaya pencegahan. Andi, Yogyakarta.

Griffin (dalam huuriyati, 2008:129) loyalitas didefinisikan yaitu wujud perilaku untuk melakukan pembelian secara terus menerus dari unit-unit pengambilan keputusan. Erlangga Jakarta.

Hill (dalam Hurriyati, 2008:132). Loyalitas pelanggan dibagi menjadi enam tahap Suspect, Prospect, Customer, Customer, Clients, Advocate dan Partners. Erlangga Jakarta.

Hermawan Kartajaya (dalam hurriyati, 2008 : 134) Menjadi konsumen atau pelanggan yang loyall haru melalui beberapa tahapan dimana proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing – masing tahap yang memenuhi kebutuhan dalam tahap tersebut membentuk calon perantara menjadi pelanggan loyal. Erlangga Jakarta

Kotler dan keller (2008:48) Bauran pemasaran jasa adalah elemen – elemen organisasi perusahaan dalam komunikasi dengan konsumen. Erlangga Jakarta

Kotler dan keller (2009:62) bauran pemasaran mencakup 7p yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Erlangga Jakarta

Nazir, (2005:41) Penelitian menggunakan *causal explanatory* yaitu variabel yang satu mempengaruhi variabel lainnya. Erlangga Jakarta.

Silalahi (2009:5) mengambil sampel dari satu populasi menggunakan angket. Erlangga Jakarta

Sugiyono (2009) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel memberikan peluang setiap unsure untuk dipilih sebagai sampel. www.benchmarkresearch.co.uk

Kotler dan Keller (2009:164) Kepuasan adalah perasaan senang atau tidak seorang perbandingan kinerja produk yang diterima dengan yang diharapkan.Erlangga Jakarta.

Kotler dan Keller (2009:386) Jasa adalah setiap tindakan dan kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain , yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan. Erlangga Jakarta.

Kotler dan Keller, 2009:399) Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen dan persepsi konsumen atas kualitas pelayanan yang di terima Erlangga Jakarta.

Lewi dan Boom (dalam Tjiptono, 2007:121) Kualitas jasa adalah ukuran bagusnya tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan''. PT Gramedia Pustaka utama, Jakarta.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 2001) Yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya. Erlangga Jakarta

Sasser dan kawan-kawan(dalam Yazid, 2005) mempunyai atribut *tangible* dan *intangible* sehingga service sendiri tidak bisa disimpan. Erlangga Jakarta.