

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran* (I). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Asadi, A., Pool, J. K., & Jalilvand, M. R. (2014). *The Effect of Perceived Price Fairness through Satisfaction and Loyalty on International Tourist' Price Acceptance of Isramic-Iranian Art Products*. *Biometrics*, 64(3), 990–991. Retrieved from https://doi.org/10.1111/j.1541-0420.2008.01082_4.x
- Behboudi, L., & Hosseini, S. H. K. (2017). *Brand Trust and Image Effects on Customer Satisfaction*. *International Journal of Health Care Quality Assurance International Journal of Quality & Reliability Management Managing Service Quality: An International Journal*, 8(23), 1–41. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/09526862199500001//>
- Calleros, M. O. L., Fabila, K., Shaw, P., & Roberts, B. (2018). *The Role of Perceived Product Quality and Customer Satisfaction on Brand Loyalty among Mobile Phone Users*. *Business Process Management Journal*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2018-0042>
- Clark, M., Black, H. G., & Judson, K. (2017). *Brand Community Integration and Satisfaction with Social Media Sites*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(1), 39–55. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JRIM-07-2015-0047>
- Deitiana, T. (2011). *Manajemen Operasional Strategi dan Analisa* (I). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dib, H., & Al-msallam, S. (2015). *The Effects of the Determinants of Customer Satisfaction on Brand Loyalty*, 3(3), 1–12.
- Erlina. (2011). *Metodologi Penelitian*. Medan: USU Press.
- Evanschitzky, H., Sharma, A., & Prykop, C. (2012). *The Role of The Sales Employee in Securing Customer Satisfaction*. *European Journal of Marketing*, 46(3–4), 489–508. <https://doi.org/10.1108/03090561211202576>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. (P. P. Harto, Ed.) (VII). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gultom, M. H. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Ilmu Hukum*, (Januari-Juni), 97–108.
- Gultom, T., Hariyani, & Ismail, H. Z. (2014). Pengaruh Merek, Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pembelian Produk Aqua. *Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–11.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: MedPress.
- Hussain, R. (2016). *The Mediating Role of Customer Satisfaction*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(2), 234–255. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2015-0001>
- Indrawati, P. D. (2016). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Refika Aditama.
- Irawan, H. (2009). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Alex Media Computindo.
- Kassim, A. W. B. M., Igau, O. A., Al-swidi, A. K., Tahajuddin, S. Bin, & Neezm, S. M. A. (2013). *The Role of Perceived Product Quality and Customer Satisfaction on Brand Loyalty Among Mobile Phone Users*, (October 2014), 1–14. Retrieved from <https://doi.org/10.13140/2.1.1117.0566>
- Kaura, V. (2015). *Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty and Mediating Role of Customer Satisfaction*. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4 pp).
- Kazemi, A. (2013). *Impact of Brand Identity on Customer Loyalty and Word of Mouth Communications, Considering Mediating Role of Customer Satisfaction and Brand Commitment. (Case Study : Customers of Mellat Bank in Kermanshah)*., 2(4), 1–14. Retrieved from <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v2-i4/1>
- Kotler, P. and G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012a). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey:

Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012b). *Principle of Marketing*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (A. Maulana & W. Hardani, Eds.) (Ketiga Bel). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Ketiga Bel). Jakarta: ANDI.

Kristanto, J. (2011). *Manajemen Pemasaran Internasional*. (A. Maulana, Ed.). Erlangga.

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran* (I). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran* (I). Yogyakarta: Indomedia Pustaka.

Muhidin, A. S., & Abdurrahman. (2009). *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai, dan Karya Ilmiah* (pertama). JAKARTA: Kencana Prenada media Group.

Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Pressindo.

Ong, K. S., Nguyen, B., & Alwi, S. F. S. (2017). *Consumer-Based Virtual Brand Personality (CBVBP), Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Online Banking Industry*. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 370–390. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2016-0054>

Porral, C. C., & Mangin, J. P. L. (2017). *Specialty Food Retailing: Examining the Role of Products' Perceived Quality*. *British Food Journal*, 119(7), 1511–1524. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2016-0567>

Ramadhani, R., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kesadaran Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan, 5, 1–10.

Ratnasari, I., & Suswardji, E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Fungisida PT. Bayer Cropscience pada Para Petani di Kecamatan Rawamerta, 15(1), 87–96.

Razak, I. (2016). *The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value*. *Journal of Marketing and*

- Consumer Research*, 30(1), 59–68. Retrieved from <http://iiste.org/Journals/index.php/JMCR/article/view/34735>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati, 8(2), 92–121.
- Rondonuwu, P. D. (2013). Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Emba*, 1(4), 718–728.
- Rudawska, E. D. (2014). *Customer Loyalty towards Traditional Products – Polish Market Experience*. *British Food Journal*, 116(11), 1710–1725. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2013-0299>
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, J. (2010). *PASW Statistics 18 - Belajar Statistik Menjadi Mudah dan Cepat*. (Hernita, Ed.) (I). Yogyakarta: Andi.
- Sarwono, J. (2011). *Buku Pintar IBM SPSS Statistics 19*. (Bonita, Ed.). Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sedarmayanti, P. D. H., & Hidayat, D. S. (2011). *Metodologi Penelitian*. (A. Wulandana, Ed.) (II). Bandung: CV. Mandar Maju.
- Setiyadi, B. (2013). *Metode Penelitian untuk Pengajaran Bahasa Asing Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (I). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siregar, I. S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. (F. Hutari, Ed.) (I). Jakarta: Bumi Aksara.
- Stanton, W. J. (2010). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2012). *Statistika Probabilitas*. (Nikodemus, Ed.) (I). Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: AlfaBeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: AlfaBeta.

- Suhardi, D. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. (A. Eliyana, Ed.). Yogyakarta: Gava Media.
- Suharsaputra, D. U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. (D. N. F. Atif, Ed.). Bandung: Refika Aditama.
- Suharso, P. (2010). *Model Analisis Kuantitatif "TEV."* (B. Sarwiji, Ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian* (I). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*. (Mona, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumanto, D. (2014). *Statistika Terapan*. (Sugeng, Ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2010). *Uji Khi Kuadrat & Regresi untuk Penelitian* (I). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. (K. Awalamsyah, Ed.). Jakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2012a). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. (Y. dan D. Gunawan, Ed.) (I). Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2012b). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. (T. Admojo, Ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2010). *Pemasaran untuk Pimpinan Sektor Publik dan Organisasi Nirlaba yang Visioner*. (A. Rosmalina, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. (D. Handi, Ed.) (I). Bandung: AlfaBeta.
- Suwandi, Andi, S., & Imam, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso Dan Situbondo. *JEAM Vol XIV April 2015*, XIV(April 2015), 68–88.
- Tjiptono, F. (2008a). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*.

Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008b). *Strategi Pemasaran* (III). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2009). *Manajemen Jasa* (I). Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F. (2014). *Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (IV). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. (D. Prabantini, Ed.) (I). Yogyakarta: Andi.

Usmara, U. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.

Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.

Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian* (I). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widoyoko, E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. (J. Yuniarto, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widyasari, S., & Soliha, E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Koran Harian Suara Merdeka di Kota Semarang), 117–132.

Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (I). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wirtz, M. E. B. W. (2017). *Rational and Emotional Factors of Customer Satisfaction and Brand Loyalty in a Business to Business Setting*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(1 pp). Retrieved from <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>

Wood, M. B. (2008). *Perencanaan Pemasaran*. (S. Darwin, Ed.) (III). Jakarta: PT Indeks.

Zain, O. M., & Saidu, M. B. (2016). *The Customers Satisfaction on Retailers' Brand Products: A Study on Selected Areas in Klang Valley*. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 418–427. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00052-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00052-6)