

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dan Biel, Alexander L.(2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale
- Ambarwati, M. *et al.* (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 25 No. 1.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asma *et al.* (2018). *The Effect of Perception Quality/Price of Service on Satisfaction and Loyalty Algerians Customers Evidence Study Turkish Airlines*. *International Journal of Economics & Management Sciences*. Vol. 7 No. 1
- Bastian, D.A. (2014). Analisa Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 No. 1.
- Budiastari. (2016). *The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Satisfaction and Customer Loyalty Holcim Concrete Readymix in Jakarta*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol. 7 No. 2.
- Cahyani, G.F., dan Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5 No. 3.
- Consuegra, D.M. (2007). An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*.
- Dimiyati, M., dan Subagio, N.A. (2016). *Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty With The Mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol. 7 No. 4.
- Durrani, A.B. *et al.* (2015). *Impact of Brand Image on Buying Behaviour Among Teenagers*. *European Scientific Journal*. Vol. 11 No. 5.
- Faradina dan Satrio. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5 No. 7.
- Hair, *et al.* (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall.

- Harjati, L., dan Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*. Vol. 1 No. 1.
- Hasyim., dan Anindita, Rina. (2009). *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta : UIEU-University Press
- Hu, K. C., dan Huang, M. C. (2011). *Effect of Service Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal*. *International Journal of Operation Research*. Vol. 8 No. 4.
- Istijanto.(2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012).*Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad.(2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi Keempat. Jakarta : Erlangga.
- Kurniawati, *et al.* (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 14 No. 2.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, dan Persepsi Nilai, Terhadap Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 7 No.1.
- Kwandy, P.C. (2017). *Effect of Brand Image and Price Towards Purchase Intention*. *Review of Management and Entrepreneurship*. Vol. 1 No. 1.
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3.
- Lite. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol.3 No. 1.
- Monroe. (2003). *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The Mc Graw Hill Companies, Inc.
- Neupane. (2015). *The Effects of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention in Retail Super Market Chain UK*. *International Journal of Social Sciences and Management*. Vol. 2 No. 1

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., dan L Berry. (1985). A Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal Of Marketing*. Vol 49.
- Pardede, R., dan Haryadi, Y.T. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*. Vol. 10 No.1.
- Priyanto, Duwi. (2014). *Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : Andi.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Resmawa, N.I. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan *Product Knowledge* terhadap *Purchase Intention* dengan *Green Price* sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1 No. 2.
- Ruswanti, Endang. (2015). *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah (Atensi Kredibilitas Perusahaan Iklan Dua Sisi Terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang Air)*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Ruswanti, E., dan Syahfuddin, E. (2016). *The Impact Of Service Quality and Brand Image on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction: In Indonesia Banking Industry*. *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol. 11 No. 2
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 15 No. 1.
- Setyowati, E., dan Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 18 No. 2.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta. pol;
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS

- Syah, Tantri Yanuar R. (2014). Fasilitas partisipasi provider sebagai pembentuk loyalitas pelanggan, dengan mediasi kualitas relasional dan Dimoderasi Implicit Self Theorist. Disertasi. Depok: Fakultas Ekonomi Program Pasca Sarjana Ilmu Manajemen, Universitas Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy.(2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Top Brand Index Taksi 2014-2017. [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2), diakses jam 14.00 WIB tanggal 08 Februari 2018.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta : Rajawali Press.
- Wibawa, K.A.*et al.* (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 4
- Zakaria, G.D., dan Suwitho. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6 No. 4.