



## DAFTAR PUSTAKA

### (1) Buku Teks

Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis* (volume 2 edisi 9). Jakarta: PT. Media Global Edukasi.

Effendy, Onong Uchjana (2003), *Teori Ilmu dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ghozali, Imam (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Gronroos, C. (2000). *Service management and mar-keting: A customer relationship management approach* (2<sup>nd</sup> ed). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.

Hair, J.F., Bush, R.P., & Ortinau, D.J. (2003). *Marketing research*. Boston : Mc Graw-Hill.

Heppy. (2000). *Mengukur Kcpuasan Pelanggan*. Jakarta: Afanajemen.

Kandampully, J. (2002). *Service management: The new paradigm in hospitality*. Australia: *Hospitallity Press*

Kotler, P. (1999). *Manajemen pemasaran Jilid 1* (Edisi 6). Jakarta: PT. Prehallindo.

Kotler P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Mar-keting for hospitality and tourism* (2<sup>nd</sup> ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Krisyantono, Rachmat (2006), *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Malhotra, Naresh K. (2006). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Nazir Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.

Rangkuti, Freddy (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Himpunan Ilmiah IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Santoso, S. (2003). *Mengatasi berbagai masalah statistik dengan SPSS versi 11.5*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sarwoko. (2007). *Statistik inferensi untuk ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Sarwono. S.W.(2011). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Shaleh. (2004), *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif* , Jakarta : Kencana

Sihalani, Uber (2010), *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT. Befika Aditama.

Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sobur. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sudjana. (1996). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.

Sugiyono (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi ke-6, Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wiryanto (2005), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo.

Wood, Julia T (2004), *Communications Mosaics*, Edisi 3, USA: Thompson Wardsworth.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services marketing integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill Companies.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2) Artikel

Aaker, David A. (1997), Should You Take Your Brand to Where the action is?, *Harvard Business Review*, Vol. 75, Sept/Oct, p.135-143.

Al-Sabbahy, Hesham Z., Yuksel Ekinici, dan Michael Riley (2004), "An Examination of Perceived Value Dimensions in the Hospitality Industry", *Journal of Travel Research*, Vol. 42 (3), p.226-234.

Anderson, Eugene W., Claes Fornell, dan Donald R. Lehmann (1994), "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability : Finding from Sweden", *Journal of Marketing*, Vol. 58, p.53-66.

Brady M. K., & Cronin, J. J. (2001, July). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *The Journal Of Marketing* Vol.65, 34-49.

Chapman, Joe dan Russ Wahlers (1999), "A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model", *Journal of Marketing*, p.53-64.

Cobb-Walgren, Cathy, Cynthia A. Ruble, dan Naveen Donthu (1995), "Brand Equity, Brand Preference and Purchase Intent", *Journal of Advertising*, 24 (3), p.25-40.

Cronin, J. Joseph Jr dan Steven A. Taylor (1992), "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, July, p.55-68.

Dodds, B., Monroe Kent B., dan Dhruv Grewal (1991), "Effect of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations", *Journal of Marketing Research*, 28 (August), p.307-319

Fornell, Claes (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience", *Journal of Marketing*, Vol. 56, Jan, p.6-21.

Hawkins, Del I., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney (1998), *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*, Irwin/McGraw-Hill.

Hellier, Phillip K., Gus M. Geursen, Rodney A. Carr, dan John A. Rickard (2003), "Customer Repurchase Intention : A General Structural Equation Model", *European Journal of Marketing*, Vol. 37/11, p.1762-1800.

Herbig, Paul, John Milewicz, dan Jim Golden (1994), "A Model of Reputation Building and Destruction", *Journal of Business Research*, Vol. 31/1, June, p.23-31.



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Parasuraman, A, V.A. Zeithami and L.L Berry (1988), “ **A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality**,” *Journal of Retailing*, vol.64,p.1240.

Sambandam, Rajan and Lord Kenneth R (1995),**Swiching Behavior in Automobile Markets : A Consideration-Set Model**.*Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol 23, No 1 p. 57-65.

Spreng A. Richard, Mackenzie B Scot and Olshavsky W. Richard (1996) .**’Reexamination of the Determinants of Customer Satisfaction”**. **Journal of Marketing** Vol.60, July 1996;p.15-32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.