



DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, Kotler (2016) *Marketing An Introduction*, Edisi 13, USA: *Perason Education*

Bernarto, Patricia (2017), Pengaruh *Perceived Value, Customer Satisfaction* dan *Trust* Terhadap *Customer Loyalty*, *Journal For Business and Entrepreneur*, ISSN 2501-6682, Vol. 1 No. 1

Cooper Schindler (2013), *Business Research Methods*, Edisi 12, *The McGraw-Hill Companies, Inc*

Damayanti (2014), Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal E-Proceeding of Management* : Vol.1, No.3

Devita, Pangestuti, Rismanita, (2018), Pengaruh *Perceived Value* Dan *Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 63, No.1.

Dharma, (2012), Pengaruh *Perceived Value and Perceived Quality* Terhadap Kepercayaan Konsumen, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Volume 5 dan 6

DIG Siap Menguasai Bisnis Resto Masakan Jepang Diakses 10 Januari 2020,
<https://swa.co.id/swa/headline/dining-innovation-group-siap-caplok-resto-di-indonesia>

Firmansyah, Prihandono, (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan, *Jurnal Menejemen Analisis*, 7, (1).

Ghozali, Imam (2018), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Semarang: Universitas Diponegoro.

Handayani, Rahab, Nawarini, (2015), Peran *Perceived Value* Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pengguna Kartu Seluler, *Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen* Vol. 30, No.1.

Hurriyati, Ratih (2018), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Ceetakan Keempat, Bandung : CV. Alfabeta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Jumlah Restoran Jepang di Luar Negeri Ada 89.000 Toko, Diakses 21 Oktober 2019, <https://www.tribunnews.com/internasional/2015/12/01/jumlah-restoran-jepang-di-luar-negeri-ada-89000-toko>

Keller, Kotler, (2016) *Marketing Management*, Edisi 15, *Global Edition, USA : Pearson Education*

Putranto (2015) , Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi

Saputra, Subagio (2012), Pengaruh *Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction* dan *Image* Terhadap *Customer Loyalty*, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1

Shabu Shabu Diakses 21 Oktober 2019, <https://id.wikipedia.org/wiki/Shabu-shabu>

Shaburi Berkonsep AYCE akan Memuaskan Selera Pencinta Shabu-Shabu, Diakses 10 Januari 2020, <https://food.detik.com/berita-boga/d-3102554/shaburi-berkonsep-ayce-akan-memuaskan-selera-pencinta-shabu-shabu>

Simamora, B. (4 Juli 2018). Analisis Validitas dan Reliabilitas [Blog Spot].Diakses 29 Januari, <https://www.bilsonsiamora.com/analisis-validitas-dan-reliabilitas/>

Soutar, Sweeney (2001), *Customer Perceived Value: The Development Of a Multiple Item Scale, Journal Of Retailing*, 77.

Suariedewi, Sulistyawati (2016), Peran *Perceived Value* Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 12

Zubaedah (2017), Analisis Pengaruh *Customer Perceived Value* Pada Kepuasan Dan Kesetiaan, *Jurnal Sekretari* Vol. 4 No.1

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.