



DAFTAR PUSTAKA

- Afshar Jahanshahi, Asghar & Hajizadeh Gashti, Mohammad Ali & Mirdamadi, Seyed Abbas & Nawaser, Khaled & Khaksar, Seyed Mohammad Sadegh. (2011). *Study of the effects of customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty*. International Journal of Humanities and Social Science. 1.
- Ani Lestari dan Edy Yulianto (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 54 No. 1 Januari 2018 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Berkas Pizza Hut Logo, https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Pizza_Hut_logo.svg, diakses pada tanggal 30 Desember 2019
- Bolton, Ruth N. and James H. Drew (1991), "A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes", *Journal of Marketing*, 55 (1), 1991, 1-10.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2017), *Business Research Methods, Twelfth Edition*, New York: McGraw – Hills.
- Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji, dan Sunarti (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 37 No. 1 Agustus 2016 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Iddrisu, A & Isaac Kwesi, Nooni & Fianko, Samuel Koranteng & Mensah, W & Nooni, Isaac. (2015). *Assessing The Impact Of Service Quality On Customer Loyalty: A Case Study Of The Cellular Industry Of Ghana*. *British Journal of Marketing Studies*. 3. 15-30.
- Keller dan Kotler (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, Global Edition USA : Pearson
- Kotler, Philip & Hayes, T. & Bloom, P.N.. (2002). *Marketing Professional Services* : Prentice Hall Press; Revised edition
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2015), *Principles of Marketing*, Global Edition USA : Pearson
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2017), *Principles of Marketing*, 17th Edition, England: Pearson.
- Lovelock, Christopher dan Jochean Wirtz. 2011. *Services marketing: people, technology, strategy*, Boston : Pearson.
- Naik 16%, Pizza Hut Raup Pendapatan Rp3,5 T pada 2018, <https://katadata.co.id/berita/2019/04/01/ditopang-segmen-makanan-pizza-hut-raup-pendapatan-rp-35-t-di-2018> , diakses pada tanggal 19 November 2019

Copyright © 2019 Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Nita Soniawati dan Taufik Abdullah, (2016), Pengaruh *Atmospheric Experiences* Terhadap Loyalitas Pelanggan di The Restaurant Padma Hotel Bandung, *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. VI, No. 2, 2016 – 1070

Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media

Shandy Widjoyo Putro dan Hatane Samuel, Ritzky Karina, Brahmana (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.2, No. 1, (2014) 1-9

Tentang Pizza Hut, <https://www.pizzahut.co.id/tentang-kami/mengenal-pizza-hut>, diakses pada tanggal 30 Desember 2019.

Widya Kusuma Wardhani, Achmad Fauzi, dan Zainul Arifin (2017). Pengaruh Relationship Marketing (Pemasaran Hubungan) Terhadap Loyalitas. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 1 Oktober 2017| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*

Zeithaml, V., Bitner, M.J., dan Gremler, D.D., (2009). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm* 5th Edition. McGraw-Hill : Newyork.

Zeithaml, Valerie & Berry, Leonard & Parasuraman, A.. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*. 60. 10.2307/1251929.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang memfotokopi sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipannya 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.