

DAFTAR RUJUKAN

- Chen, P. T., & Hu, H. H. (2010). How determinant attributes of service quality influence customer-perceived value: An empirical investigation of the Australian coffee outlet industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(4), 535-531.
- Darmawan, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Street Bike di Universitas Krisnadwipayana. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana (JMBK) Vol.7. No. 1 Januari 2019*, 39-48.
- Della Aristyana, N. P., Wulandari, N. L. A. A., & Dewi, I. A. S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota koperasi. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(3), 1007-1017.
- Engel, J.F., et al. (1990). *Consumer Behavior*, 6th ed. Chicago: The Dryden Press.
- Fitriani, A., & Subagja, I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari Di Pondok Gede Plaza Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(3).
- Graham, T.E. (1996). Spriet L., Sports Science Exchange: Caffeine And Exercise Performance, 9(1).
- Irawan, & Handi. (2008). Membedah strategi Kepuasan pelanggan. *Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta*
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. Indeks. Jakarta.*
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga*
- Kotler,P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management. England: Pearson Education Limited.*
- Kristanto, A. (2005). Analisis Pengaruh Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Serta Hubungannya Dengan Retensi Konsumen: Studi Mengenai Motor Merek Honda di Jakarta. *Tesis. Jakarta: Program Studi Magister Manajemen UI.*
- Lelyana R. (2008). Semarang: Pengaruh Kopi terhadap Asam Urat Darah. *Tesis. Universitas Diponegoro, Program Pascasarjana Magister Ilmu Biomedik. 26-30.*
- Nelwan, O. S., & Artika, T. (2018). Pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank

- Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(01), 80-99.
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1-5.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Parasuraman. (2001). *The Behavioral Consequences of Service Quality*, *Journal of Marketing*, 60.
- Prasevie, S. F., & Razak, I. (2018). Pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2).
- Qaiser Danish, R., Afzal Humayon, A., Javaid Iqbal, H., Raza, S., & Shahid, J. (2018). The impact of service quality and service value on customer satisfaction through customer bonding: evidence from telecommunication sector. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 7(1 (s)), 40-47.
- Qomariah, N. (2015). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: CV. Cahaya Ilmu.
- Saputra, A. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Millenium Penata Futures Malang. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 75-85.
- Sari, I. R., Hidayati, T., & Asnawati, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(1).
- Setiarini, D. S., & Nurseto, S. (2017). The effect of service quality and customer value to customer satisfaction (Case Study on Simpedes Savings Products Customer of BRI Unit Tugu Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 110-116.
- Simamora, Bilson. (2001). *Remarketing for Business Recovery*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung. Penerbit ALFABETA.
- Sumarwan, Ujang. (2010). *Pemasaran Strategi, Perspektif Value Brand Marketing dan Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press Bogor.
- Suryadana, L. (2017). Service quality, customer value and patient satisfaction on public hospital in Bandung district, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 187-192.

- Suwardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan melalui Penciptakaan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 11(1).
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1), 74-95.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. Gregorius chandra. (2016). Service, Quality & satisfaction. *Yogyakarta. Andi*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). Manajemen kualitas jasa. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Ueltschy, L. C., Laroche, M., Eggert, A., & Bindl, U. (2007). Service quality and satisfaction: an international comparison of professional services perceptions. *Journal of Services Marketing*, 21(6), 410-423.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (1996). Services Marketing McGraw Hill. *New York*.

