

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Adnyana, D. G. A., dan Suprpti, N.W.S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7 (11), 6041-6069  
DOI:<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p9>.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/40107/26559>.
- Aminee, A. (1998). Consumer's True Brand Loyalty: The center role of commitment. *Journal of Strategic Marketing* 6,305-309.  
[https://www.researchgate.net/publication/233582148\\_Consumers\\_true\\_brand\\_loyalty\\_The\\_central\\_role\\_of\\_commitment/link/556722c908aeab77721ea1a0/download](https://www.researchgate.net/publication/233582148_Consumers_true_brand_loyalty_The_central_role_of_commitment/link/556722c908aeab77721ea1a0/download).
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I.P.G., dan Cahya, K. N. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada LnC Skin Care Singaraja. *Journal Ekonomi dan Bisnis*. 02. (01). 22-29.
- Azwar, S. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A. (2003). *Service Marketing* (3rd ed.) New Delhi: Tata McGraw Hill.
- CNBC Indonesia. (2019). Kuota Terpenuhi, Grab Cs Wajib Setop Rekrutmen Driver Baru. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190605160412-37-76870/kuota-terpenuhi-grab-cs-wajib-setop-rekrutmen-driver-baru>.
- Delgado-Ballester, E. and Munuera-Aleman, J.L. (2001). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing* 12(12),1238–1258.  
[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/Referenc esPapers.aspx?ReferenceID=748056](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/Referenc esPapers.aspx?ReferenceID=748056).
- Dick, A. S. & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Sciene*, 22 (2),99-113.  
<https://link.springer.com/article/10.1177/0092070394222001>.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Augusty Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D.L & Davis, S. (1994). *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.

- Gramer dan Brown. (2006). *Loyalitas Pelanggan sebagai Strategi Bersaing*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2012). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Dialihbahasakan oleh: Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. Orlando: The Dryden Press.
- Kertajaya, H. (2002). *MarkPlus on Strategy: 12 Tahun Perjalanan*. MarkPlus & Co Membangun Strategi Perusahaan. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.
- Kheng, L.L. (2010). *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang Malaysia* 2(2).
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Indonesia Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusdyah, I. (2012). *Persepsi harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7 (1).
- Lamb, C.W. (2001). *Pemasaran Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat,
- Lee, S., Abdou, I., & Lawson B. A. (2011). Perceived Price of Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management + Data Systems*, 111(4), 531-550.
- Lovelock, C and Wirtz, J. 2011. *Service Marketing: People, Technology, Strategy 7<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pangaila, P.A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride di Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 6 (4) Hal. 2778 – 2787.

- Parasuraman, A. Zeithaml., V.A., Berry, L.L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64 (1), 12-40.  
[https://www.researchgate.net/profile/Valarie\\_Zeithaml/publication/225083802\\_SERVQUAL\\_A\\_multiple-Item\\_Scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf).
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, S.W. & Eko, A.M. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, L.L. (2013). *Consumer Behavior. 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stanton, W.J. (2002). *Prinsip Pemasaran*. Jilid I dan II. (Terjemahan: Lamarto). Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sudarni. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Tbk. Cabang Pembantu Sibolga Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Masters Thesis*. Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Swastha, B., dan Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Toncar, M. (2007). *Effective spokesperson in a public service announcement: National celebrities, local celebrities and*

*victims. Journal of Communication Management, 11(3)*  
258 – 275.

Walker, B.L. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Zahra, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Tahun 2017, 1-11*.  
[https://eprints.uny.ac.id/53306/1/AtikaZahra\\_12808144070.pdf](https://eprints.uny.ac.id/53306/1/AtikaZahra_12808144070.pdf).

Zeithaml, V.A., Leonard, B., and Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequence Of Service Quality. *Journal of Marketing*, vol. 60.