

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi (Edisi 2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan Validitas (Edisi 4)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chapman dan Whalers (1999). *A Revision and Empirical Test of the Extended Price Perceived Quality Model*. *Journal of Marketing*. p 53-64.
- Djudiyah. (2013). *Lingkungan dan Kepuasan Konsumen Hotel*. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang. 1(1)
- Durianto, et al (2004) *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuaitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. garamedia pustaka Utama. Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Endriati E, Theresia (2014) Pengaruh Kualitas Produk Kopi terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda. *Jurnal Ekonomi*, No.4, (3).
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Ferrinadewi, Erna (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Konsumenan Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, No. 7 (2); 139-151.

- Fransiscus Aprilian Sri Widodo Sami'an (2013). Hubungan Employee dengan Perilaku Produktif Karyawan. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 2, (1).
- Garvin, David A. *Delapan Dimensi Tentang Kualitas*. Terjemahan Hendra Teguh, SE, AK, Harvard Business Review, 1997.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Goetsch David L. dan Davis, Stanley B. 2002. *Pengantar Manajemen Mutu 2*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. PT Prenhallindo.
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Keller, Kevin lane dan Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran: Edisi Ketiga Belas. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa –Perspektif Indonesia Jilid 2*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing: Global Edition. 7/E*. Australia: Pearson.

- Mowen, John C. Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen (Jilid 1) Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Mullins, Orville, Larreche dan Boyd. 2005. *Marketing Management: A Strategic, Decision Making Approach, 6th edition*. Penerbit McGraw-Hill. New York City.
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan & Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba.
- Nisfiana, Dewi Nurun. 2009. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam membeli daging sapi (Studi pada konsumen depot daging Mubarakah). *Jurnal S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*. Rs 658.8342 NIS p
- Nuralam, inggang perwangsa (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. UB Press.
- Reppi, J. M., Tumbel, A., & Jorie, R. J. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Ponsel Iphone Pada Pusat Perbelanjaan ITC Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15 (5). Hal 828-838. Diunduh dari <http://scholar.google.co.id>.
- Sari, Farah Mutia dan Dwi Hastjarja Kustijana B. 2012. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Trust Pada Kepuasan Konsumen Di Perusahaan Taksi PT. Kosti Solo. *Jurnal Fokus Manajerial*. 11 (2): 183-194.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.

- Setiawan, Erik dan Andayani, Sri Ayu (2016). Analisis Kepuasan Konsumen (Suatu Kasus Pada Kedai Kopi Di Wilayah Majalengka) *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 4, (2)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Suryabrata, S. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: Andi.
- Ulfa Wardani, Tri. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara). Skripsi, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017)
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- William J. Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu*. Jakarta: Erlangga.
- Zeithaml, Valerie, (1988), “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means – End Model and Synthesis of Evidence”, *Journal of Marketing*, Vol 52, p.2 – 22.