

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, et al. (2012). RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, SATISFACTION AND REVISIT INTENTION IN HOTEL INDUSTRY. INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS.790
- Andrew Pratama, J. A. (2018). ANALISA PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI PERCEIVED VALUE PADA HOTEL X SURABAYA. 279.
- Aurn Aprillia, D. V. (2021). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jembatan:Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.19, No.1, 2022, 51.*
- Chang, H. H., & Liu, Y. M. (2009). The impact of brand equity on brand preference and purchase intentions in the service industries. *The Service Industries Journal*, 29(12), 1687-1706.
- Elizabeth Amelia Da Costa E. Silva, J. A. (2022). PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS TAMU PADA HOTEL BINTANG 4 DAN 5 DI SURABAYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 8, No. 1, 43-44.*
- Erfinanto, E. (2021, 10 7). Lebih Dekat dengan Surabaya, Kota Metropolitan Terbesar Kedua di Indonesia. *Lebih Dekat dengan Surabaya, Kota Metropolitan Terbesar Kedua di Indonesia*, 1. Retrieved Mei 3, 2023, from <https://www.liputan6.com/surabaya/read/4677538/lebih-dekat-dengan-surabaya-kota-metropolitan-terbesar-kedua-di-indonesia>

- Faris Saputra Saplina, N. B. (2020). Factor Influencing Online Repurchase Through Satisfaction. *Jurnal Organisasi dan Manajemen* 16(2) 2020, 129-145, 130-131.
- George Kofi Amoako, J. K. (2021). Online innovation and repurchase intentions in hotels: the mediating effect of customer experience.
- Gina Levina, I. P. (2018). PENGARUH SERVICE RECOVERY TERHADAP KEPUASAN DAN REPURCHASE INTENTION KONSUMEN UP-SCALE DISURABAYA. 80-85.
- Hanifah Nurul Salam, D. R. (n.d.). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan Ozt Cafe and Steakhouse Bandung). 1141-1142.
- Hartono Subagio, H. S. (2012). PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, (STUDI KASUS GARUDA INDONESIA). *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, April 2012*, 44.
- Hatane Samuel, A. S. (2014). ANALISIS eWOM, BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE DI SURABAYA. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014*, 48.
- Heidy Amoi Ida Faustina Semet, P. K. (2021). THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEIVED VALUE DIMENSIONS OF CONSUMER REPURCHASE INTENTION OF IMPORTED THRIFT CLOTHES (STUDY CASE: RUMAH LIVE ONLINE MANADO). *Jurnal EMBA Vol.9 No.4 Oktober 2021*, 534.
- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. and Rickard, J.A. (2003), "Customer repurchase intention: a general structural equation model", *European Journal of Marketing*, Vol. 37 Nos 11/12, pp. 1762-1800.

- Henny Kustini, S. (2017). *General Hotel Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hery Purnomo, R. S. (2021). SIGNIFIKANSI HARGA, FASILITAS DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA HOTEL. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN Vol 11 Nomor 1 (2021)*, 70-71.
- I gede kt. Tjahyadi Putra Budhi, N. K. (2017). Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. 27.
- I Gusti Agung Ayu Mas Suariedewi, E. S. (2016). PERAN PERCEIVED VALUE MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.
- Jessica Allezsandra, F. S. (2018). Pengaruh Corporate Image Dan Perceived Value Terhadap Customer Pengaruh Corporate Image Dan Perceived Value Terhadap Customer . 92-93.
- Kotler, P. &. (2015). *Marketing: An Introduction (12th ed.)*. England: Pearson Education Limited.
- Ling-Chuan Huang, M. G.-F.-S. (2019). A Study On Effect of Brand Image on Perceived Value and Repurchase Intention in Ecotourism Industry.
- MAXONEHOTELS. (2019). ABOUT MAX : WHO'S MAX? Retrieved Mei 4, 2023, from <https://maxonehotels.com/about>
- MILFELNER, Boris, et al. (2009). MEASUREMENT OF PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED VALUE, IMAGE, AND SATISFACTION INTERRELATIONS OF HOTEL SERVICES: COMPARISON OF TOURISTS FROM SLOVENIA AND ITALY. 608
- Miki Maulana, M. u. (2013). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Citra Perusahaan Studi Kasus Pada Hotel M irah Bogor. 197.

- Nyarmiati, S. R. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN RUMAH MAKAN PONDOK BANDENG BaBe KABUPATEN PATI). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2.
- P. Widiastuti, T. (2020). PENGARUH CORPORATE IMAGE DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIHOTEL THE LOVINA BALI. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 6 No. 2, Oktober 2020, 226.
- PHRI. (2020, November 14). Data Statistik Jumlah Hotel, Tingkat Hunian Kamar, dan Rata-rata Harga Kamar Hotel Kota Surabaya. 1. Retrieved Mei 3, 2023, from <https://phrijawatimur.com/data-statistik-jumlah-hotel-tingkat-hunian-kamar-dan-rata-rata-harga-kamar-hotel-kota-surabaya/>
- Popov, A. (2021, September 4). Strategi Industri Akomodasi Wisata saat Pandemi. Retrieved Mei 4, 2023, from <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Industri-Akomodasi-Wisata-saat-Pandemi>
- Sekarsari, L. A. (2018). Hubungan antara restaurant image, perceived value, customer satisfaction, dan behavioral intention. 111.
- Schiffman, Leon G, Lezli Laizer Kanuk. (2008). Perilaku Konsumen edisi Ketujuh.
- Sohana, N. (2021). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA HOTEL WINSTAR PEKANBARU. *JOM FISIP Vol. 8: Edisi II Juli-Desember 2021* , 3.

Suariedewi, I. G. (201). PERAN PERCEIVED VALUE MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS . 8201-8205.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV

Sukmadinata, N.S. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya

Uma Sekaran, 2006. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

Wachidyah, W. (2022, Maret 30). MENGENAL KLASIFIKASI HOTEL BINTANG. 2-3. Retrieved Mei 3, 2023, from <https://buletin.nscpolteksby.ac.id/mengenal-klasifikasi-hotel-bintang/>

