

DAFTAR PUSTAKA

- Agnew, Ch. R., Van Lange. P.A.M., Rusbult, C.E., & Langston, Ch.a. (1998). Cognitive Interdependence: Commitment and The Mental Representations of Close Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology* 74 (4), 939-954.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2002). *Dasar- dasar Pemasaran*.(1st ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis*. (2nd ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Band, O. (1991). *Membangun Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Barnes, J.G. (2001). *Secrets of Customer Relationship Management: It's All About How You Make Them Feel*. McGraw-Hill: New York.
- Berry, L.L., Zeithaml, V.A., & Parasuraman, A. (1985). *Quality Counts in Service Too*. *Business Horizons*, Vol. 28, No.3, pp: 44-52.
- Boone & Kurtz. (1995). *Contemporary Marketing Plus*. (8th ed.). Florida: The Dryden Press.
- Butz, H.E., & Goodstein, L.D. (1996). *Measuring Customer Value: Gaining the Strategic Advantage, Organizational Dynamic*, Vol. 24, pp: 63-77.
- Cobb, J. C., & Hoyer, W. D. (1986). Planned versus impulsive Purchase Behavior. *Journal of Retailing*, Vol. 62, No.4.
- Cooper, D.R., & Enory, C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. (5th ed). Jakarta: Erlangga.
- Cronin, J.J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*.
- Cronin, J.J., Brady, M.K., & Hult, T. (2000). Assesing the Effects of Quality Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Marketing*, Vol. 76, pp: 55-68.
- Dajan, A. (1996). *Pengantar Metode Statistik*. Jilid 2. Edisi 18 Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

- Dananjaya, I. (2009). Analisis Faktor- Faktor yang Berhubungan dengan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit Motif wayang (Tatah Sungging) Oleh Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Dhabholkar, P.A. (1996). Incorporating Choice into Attitudinal Framework Analyzing Models of Mental Comparison Process. *Journal of Consumer Research*, Vol. 21, pp: 100-118.
- Dibyantoro & Cesimariani, N. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Haspari Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius)*, Vol. 2 No. 2
- Eboli, L., & Mazzula, G. (2007). Service Quality Attributes Affecting Customer Satisfaction for Bus Transit. *Journal of Public Transportations*, Vol. 04, No. 01.
- Engel, F.J. (2001). *Consumen Behavior* (9th ed.) Harcourt, Orlando.
- Erickson, G.M., & Johansson, J.K. (1985). The Role of Price Information on Buyes Product Evaluation. *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp: 307-319.
- Fang, C.H. (2007). Customer Satisfaction in the Chain Convenience Store Industry: The Role of Store Image and Service Quality. *Journal Marketing Review*, Vol, 04, No. 01.
- Fornel, C. (1996). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal Of Marketing*, Vol. 60, pp: 7-17.
- Goble. F. G. (1987). *Manzab Ketiga: psikologi Humanistik Abraham Maslow, terjemahan supratigna*. Yogyakarta: Kanisius.
- Groth, J.C., & Dye, R.T. (1999). *Service Quality: Guidelines for Marketers*. A&M University, College Station, Texas, USA.
- Harsana, M.A., & Widiyati, M.T. (2009). Analisa Pasar Ditinjau Dari Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Howard, J.A., Robert, P.S., & Christoper, A.G. (1988). Measuring The Effect Of Marketing Information On Buying Intensions. *The Journal of Service Marketing*. Vol. 2, No. 4, pp: 27- 36.

- Impett, E.A., Gable, Sh.L., & Peplau, L.A. (2005). Giving Up and Giving In: The Cost and Benefits of Daily Sacrifice in Intimate Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 89, No.3, pp: 327-344.
- Indriantoro, N, & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE: Yogyakarta.
- Iqbal, M. (2008). Pengaruh Persepsi Nilai, Harapan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Penyedia Jasa Internet di Jabodetabek. *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Johanna, Myrna. (2006). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro*.
- Juniawan, A., Rumhayati, B., & Ismuyanto, B. (2013). Karakteristik Lumpur Lapindo Dan Fluktuasi Logam Berat Pb Dan Cu Pada Sungai Porong dan Aloo. *Jurnal Universitas Brawijaya Malang*.
- Keller. K.L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (2nd ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Kelley, H.H., & Thibaut, J.W. (1978). *Interpersonal Relations: A Theory of Interdependence*. New York: Willey.
- Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata. (2010). Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah Dan Besar Menurut Provinsi Tahun 2007 -2010. [Kementrian kebudayaan dan pariwisata. www.budpar.go.id/userfiles/file/perkembanganrestoranperprov2007-2010.pdf](http://www.budpar.go.id/userfiles/file/perkembanganrestoranperprov2007-2010.pdf). Diunduh pada tanggal 7 Mei 2014.
- Kertajaya, H. (2000). *Marketing Plus 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kinncar, T.C., & Taylor, J.R. (1998). *Riset Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Amstrong. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management*. Pearson International Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jilid 1. Jakarta: PT Prehalindo.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millenium Edition, International Edition*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 2*. (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A.B. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kozier, B. (2004). *Fundamental of Nursing: Concepts, Process and Practice*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kristanto, A. (2005). Analisis Pengaruh Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, Serta Hubungannya dengan Resensi Konsume: Studi Mengenai Motor Merek Honda. Jakarta. *Jurnal Magister Manajemen UI*.
- Kurniawan, I. (2007). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Kusdyah, R.I. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: ANDI.
- Lake, A.L. (2009). *Consumer Behavior For Dummies Marketing Communication Perspective*. (8thed.). New York: McGraw-Hill.
- Lerbin, R. (2005). *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SSPS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Leves Que, T., & McDougall, G.H.G. (1996). Determinats of Customer Satisfaction in Retail Banking. *International Journal of Bank Marketing*.
- Lew, B., & Agnew, Ch.R. (2003). Commitment and Its Activity Importance and Commitment on Willingness to Sacrifice. *North American Journal of Psychology*, Vol. 12, No. 1, pp: 51-66.
- Lewandowski Jr., G.W., Aron, A.B., & Kunak, J. (2006). Losing A Self-expanding Relationship: Implications for The Self-concept. *Personal Relationships*, Vol.13, No. 3, pp: 317-331.
- Lianto. (2013). Aktualisasi Teori Hierarki Kebutuhan Abraham H. Maslow Bagi Peningkatan Kinerja Individu Dalam Organisasi. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma Pontianak*.
- Lisa, W. (2005). Persentase Pemuasan Kebutuhan. *Universitas Gunadarma Depok*.
wardalisa.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/26402/Materi+07+-+TeoriAbrahamMaslow.pdf. Diunduh pada tanggal 7 Mei 2014.

- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maslow, A.H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychology Review*, Vol. 50, pp: 370-396.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*.
- Monroe, K.B. (1990). *Pricing, Making Profitable Decisions*. (2nd ed.). McGraw-Hill, New York.
- Nasution, S. (2000). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Natsir, M. (1999). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavior Perspective on Customer*. Boston: Harvard Business School Press.
- Palupi, S. (2007). Pengembangan Praktek Industri Yang Berbasis Pada Analisis Kompetensi Sebagai Manajer Usaha Makanan. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry. (1998). Journal of Marketing: A Conceptual Modern Service Quality and Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. Vol. 52, No. 3, pp 2-22
- Park, C.W., Macinnis, D.J., & Priester, J. (2006). Beyond Attitudes: Attachment and Consumer Behavior. *Seoul Journal of Business*, Vol. 12, No. 2, pp: 3-35.
- Permata, Y.I. (2011). Manajemen Pengembangan Wisata Kuliner DI Gladag Langen Bogan Surakarta. *Jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2005). *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (4th ed). Jakarta: Erlangga.
- Powell, CH., & Vugt, M.V. (2003). Genuine Giving or Selfish Sacrifice? The Role of Commitment and Cost Level Upon Willingness to Sacrifice. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 33, No. 3, pp: 403-412.
- Pradhan, B. (2009). *Retailing Management*. (3rd ed.). Tata McGraw-Hill Education.

- Pradini, A.L.W. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran Kentucky Fried Chicken (KFC). *Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana*.
- Pujihastuti, I. (2012). Pengaruh Nilai Konsumen (Customer Value) terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pelanggan Jangka Pendek dan Jangka Panjang Kartu Prabayar Mentari, PT Indosat). *Jurnal Universitas Islam 45 Bekasi*.
- Ramesh, K. (2008). *Conceptual Issues in Customer Behavior, The Indian Context*. Tata McGraw-Hill Education.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. (2nd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Robinette, S. (2001). *Emotion Marketing*. Jakarta: McGraw-Hill Book Company.
- Rusbult, C.E., Olson, N., Davis, J.L., Hannon, M.A. (2001). Commitment and Relationship Maintenance mechanisms. In Harvey, J.M., Wenzel, A.E (eds.), *Close Romantic Relationships: Maintenance and Enhancement*. *Journal of Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NH*, pp:87-113.
- Sagita, F.E. (2012). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) di Cabang Basko Grand Mall oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Santoso, S. (2000). *Buka Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* . Jilid 2. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Styven, M.E., Wallstrom, A., Engstrom, A., & Sangari, E.S. (2011). "IT's Complicated...": Influence of Perceived Sacrifice and Trust on e-Service Adoption. *Lulea University of Technology, Lulea, Sweden*.

- Suardi, R. (2004). *Sistem Manajemen Mutu ISO 9000:2000 (Penerapannya Untuk Mencapai TQM)*. Jakarta: PMM.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukarno, G., & Sumarto, M.S. (2003). Pengaruh Pengorbanan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" UPN Surabaya*.
- Supadiyono, A. (2008). Pengaruh Nilai Pelanggan (Customer Value) terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Universitas Sebelas Maret, Surakarta*.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Jasa*. Bandung: Rosdakarya.
- Teas, R.K., & Agarwal, S. (2000). The Effects of Extrinsic Product Cues on Consumers' Perceptions of Quality, Sacrifice, and Value. *Academy of Marketing Science Journal*, Vol. 28, NO. 2, pp: 278-290.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. (2nd ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tse, O.K., & Wilton, P.E. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, Vol. 25.
- Tumpal, H. (2012). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Universitas Negeri Semarang Indonesia*.
- Winarningsih, E. (2001). Membangun Kepuasan Konsumen Melalui Pengelolaan Nilai Konsumen Dalam Rangka Mencapai Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Woodruff, R.B. (1997). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25, No. 2, pp: 139-153.
- Woodside, A.G., Lisa, L.F., & Daly, R.T. (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention. *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9, pp: 5-17.
- Xu, D.J., Benbasat, I., & Cenfetelli, R.T. (2009). The Effect of Perceived Service Quality, Perceived Sacrifice and Perceived Service Outcome on Online Customer Loyalty. *International Conference on Information System*.

- Yuliarmi, N.Y. (2003). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Jurnal Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Denpasar.*
- Yuriansyah, A.L. (2013). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Fakultas ekonomi, Universitas Negeri Semarang.*
- Zeithaml, V.A., & Mary, J.B. (2000). *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies Inc.