

DAFTAR PUSTAKA

- Ago, G. et al., 2015. Effect of Product Quality Perception , Trust , and Brand Image on Generic Drug Buying Decision and Consumer Satisfaction of Hospital Patients in East Kalimantan. *European Journal of Business and Management*, 7(14), pp.50–69.
- Ahyari A, 1990,*Management Produksi*, BPF E, Yogyakarta.
- Alni, Fajarwati, Fauziyah, 2014, *Statistik Edisi II*, Penerbit Laboraturium, FEUMY.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Bina Aksara. Yogyakarta.
- Aryani, D. & Rosinta, F., 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 17, pp.114–126.
- Assauri, S., 1998,*Manajemen Produksi dan Operasi*,Edisi Revisi, LPFEUI, Jakarta.
- Baron, R.M. & Kenny, D.A., 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual , Strategic , and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), pp.1173–1182.
- Bei, L.-T. & Chiao, Y.-C., 2001. An Integrated Model for The Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, pp.126–139.
- Christopher, H., dan Lauren, K, Wright.,2007, *ManajemenPemasaranJasa*, AlihBahasa AgusWidyantoro, CetakanKedua, PT INDEKS, Jakarta.
- Dewi, M.T., 2012. Analisis Perceived Quality, Perceived Value, Switching Cost dan Kepuasan Sebagai Pembentuk Loyalitas Nasabah (Studi Nasabah BRI Cabang Solo Slamet Riyadi, *RisetManajemendan Akuntansi*, 3
- Dewi, N.K., Andri, G. & Yonaldi, S., 2013. Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion Di Kota Padang. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 3, pp.1–19.
- Durianto. 2001. *StrategiMenaklukanPasar*,PenerbitGramediaPustakaUtama, Jakarta.

- Ferrinadewi, E., 2008, *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fraenkel, J.R., dan Norman E.W., 1993, *How To Design And Evaluate Research In Education*, Mishawaka: Mcgraw-Hill College.
- Gaol, A.L., Hidayat, K. & Sunarti, 2013. Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012 / 2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), pp.125–132.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill., 2003, *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*, alih bahasa: Benyamin Molan, Jakarta: Erlangga.
- Harianto, D. & Subagio, H., 2013. Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai de-ja- vu surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), pp.1–8.
- Hartman, P. & Ibanez, V.A., 2006, *Managing Customer Loyalty in Liberalized Residential Energy Markets: The Impact of Energy Branding*. *Energy Policy*, 35(4), pp.2661-2672
- Hasan, Ali, 2013, *Marketing dan Kasus Pilhan*. Jakarta: PT. Bukuseru
- Hermawan, B., 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin Pt. Sido Muncul Budi Hermawan Program Studi Manajemen, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, (2), pp.9–17.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kartajaya, Hermawan. 2014. *WOW Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Khotimah, C., Suharyono & Hidayat, K., 2016. Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom, Tbk. STO Klojen Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), pp.121–128.
- Kotler, P., 2006, *Marketing Management*, 12th edition, Pearson International Edition.

- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1&2 Edisi 12, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, L.K., 2009, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1& 2 edisi 12, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, L.K., 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13, dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Krisno, D., Samuel, H. & Si, M., 2013. Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), pp.1–12.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*, Edisi 3, Cetakan 1. Jakarta: Erlangga
- Kurniawati, D., Suharyono & Kusumawati, A., 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), pp.1–9.
- Lestari, W. (1999). *Kualitas Sebagai Bahasan Bisnis Dunia Usahawan*. No. 11. Tahun XXVIII. November : 22 – 25.
- Liang, D. (2008). The determining factors of customer loyalty for luxury hotels in US, *The Journal of International Management Studies* Vol. 3, No 2.
- Listiana, E., (2012), “Pengaruh Country of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, pp.21–47.
- McDougall, Gordon H.G., and Terrace J.L., 2000, Customer Satisfaction with Services: Putting Perceived Value into The Equation, *Journal of Service Marketing*, Vol. 14 No. 5, Hal. 392 - 410.
- Normasari, S. & Kusumawati, S.K.A., 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), pp.1–9.
- Novia, F., Dewi, E. & Andreani, F., 2016. Pengaruh Kepuasan Konsumen, Membership Program, Trust, Perceived Quality Dan Perceived Value Di Starbucks Coffee Surabaya. *Jurnal Manajemen Jasa*, 4, pp.73–92.

- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. (2001). *Delivering quality service balancing customer perception and expectation*. New York : The Free Press.
- Pramudyo, A., 2012. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *JBMA*, I(1), pp.1–16.
- Pusparani, P.A.Y. & Rastini, N.M., 2014. Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan kamera canon digital single lens reflex (dslr) di kota denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3, pp.1311–1319.
- Putri, N.A., Arifin, Z. & Wilopo, 2015. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2014/2015 P. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 32(1), pp.128–134.
- Rangkuty, Freddy, (2004), Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ridhwan, R.M., 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda All New Jazz di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2.
- Rizal, A., Fanani, D. & Pangestuti, E., 2016. Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Merek Nike di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 41(1).
- Salim, F.F. & Dharmayanti, D., 2014. Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), pp.1–8.
- Saputra, F.I., 2011. Kualitas Layanan , Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(66), pp.445–457.
- Sari, F.M. & B, D.H.K., 2012. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Pelayanan dan Trust Pada Kepuasan Konsumen Di Perusahaan Taksi PT. Kosti Solo. *Fokus Manajerial*, 11(2), pp.183–194.
- Sondoh Jr, S. L., M. W. Omar, N. A. W. I. Ismail, A. Harun. 2007. The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in the Context of Color Cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*. 12(1) pp: 83- 107.

- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suratno, Fathoni, A. & Haryono, A.T., 2016. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Pelabuhan Indonesia Iii Semarang. *Journal Of Management*, 2(2).
- Susanti, N.P.H. & Wardana, I.M., 2015. Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek the body shop. *Jurnal Manajemen*, 4, pp.622–636.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *PemasaranJasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Widiana, I.W.P., Gede, T. & Sukawati, R., 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Pt. Unilever. *Jurnal Manajemen*, 5(4), pp.1942–1968.
- Widodo, C. & Rimyati, H., 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 5.
- Wulandari, R., Wardningsih, S.S. & Widajanti, E., 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Solo). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(2), pp.242–252.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- (www.naavagreen.com) diakses pada 25 Januari 2017 pukul 20:00 WIB