

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Undip

Kotler Philip. *Managemen Pemasaran*. Northwestern university. 1999

Mankiw, N. G., Quah E dan Wilson, Peter. 2012. Pengantar Ekonomi Mikro, Principles of economics An Asian Edition- volume I. Jakarta: Salemba Empat

McKinsey & Company. (2012). *The new Indonesia costumer*. 1-21

Sugiono. 2015. Metode. Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D, Bandung: Alfabeta

Sugiono. 1997. Statistik Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta

Jurnal:

Alfansi, L., Sargeant, A. (2000). Market segmentation in the Indonesia banking sector: The relationship between demographic and desired customer benefit. *Internasional Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, No. 2, 64-74.

Arif, M. N. R, dan Nuraisah, T. 2015. Costumer relationship management dan pengaruh terhadap loyalitas nasabah bank: studi pada bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Managemen*, Vol. 5, No. 1, 51-64

Bahia, K., Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived euservice quality of banks. *International Journal of Bank marketing*, Vol. 18, No.2

Burnham, T. A., Frels, J. K., Mahajan, V. (2003). Customer switching cost: A typology, antecedents. *Jornal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 31, No. 2, 109-126

- Colgate, M., Steward, K., & Kinsella, R. (1996). Customer defection: A Study of student market in Ireland. *International Journal of Marketing*. vol. 14, No 3, 23-9.
- Fornell, M., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategi by customer complaint management: A theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, No. 4, 337- 346.
- Fraening, M., & Minor, M. S. (2013). Beyond loyalty: customer satisfaction, loyalty, and fortitude. *Journal of Marketing*, Vol. 62, No. 2, 46-5
- Han, Heesup. 2011. Switching intention model development: role of service performances, costumer satisfaction, and switching barriers in the hotel industry.
- Ishak, Lutfi. 2011. Pengaruh Kepuasan dan kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching cost. *Journal of Siasat Bisnis* Vol 15 No 1: 55-66
- Jones, G., & Butler, J (1998). Cost, revenue, and business- level strategy. *Academy of Management Review*, Vol. 13, No. 2, 202-213
- Karsono. 2008. Peran Pemediasi Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan dan Biaya *Switching* dalam penagruh kualitas pelayanan pada kesetiaan pelanggan, dokus manajerial. Vol.6, no.2
- Kusdyah, Ike. "Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7.1 (2012): 25-32.
- Lenzun, Jessica J., James DD Massie, and Decky Adare. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel." *JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI* 2.3 (2014).
- Matler, K., Wurtele, A., & Renzl, B. (2006). Dimensions of price satisfaction: A study in the retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 4, 216-213

- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, 460-469.
- Othman, A. Q., & Owen, L. 2002. Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic Banking: A case study in Kuwait finance house. *Internasional Jurnal of Islamic Financial Service*, Vol 3, No. 1, 1-26.
- Peter Paul, Olson Jerry. 2000. *Customer Behavior: perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Saeed, A., Hussain, N., & Riaz, A. (2011). Factors affecting costumers' switching intentions. *European Journal of Social Sciences*, Vol. 19, No. 1, 54-61.
- Sharma, M., & Chaubey, D. S. (2014). An empirical study of customer experience and its relationship with customer satisfaction towards the service of banking sector. *Journal of marketing & Communication*. Vol. 9, No. 3, 18-27.
- Varki, S., & Colgate, M. (2001). The Role of price perceptions in an itegrated model of behavioral intentions. *Journal of Service Research*, Vol. 3, No. 3, 232- 240.
- Wibowo andi hermansyah. (2014). Moderasi biaya beralih pada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal MIX*, vol, No. 3
- Zakiy, M. 2015. Pengaruh Ketidakpastian Psikologis Karyawan terhadap Kepuasan Kerja dan Intensi Keluar dari Organisasi dengan Leader Member Exchange (LMX) Sebagai Variabel Pemoderasi. Tesis Magister Sains dan Doktor Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Zeithaml, V. A. (1998). Customer perceptions of price, quality and value: A meansend model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52, 2-22.
- Zhang, D. (2009). *Customer Switching Behavior in the Chinese Retail Banking Industry*. Lincoln University, Canterbury, New Zealand.

Zhang, K. Z. K., Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O (2012). Online Service switching behavior: The case of blog service providers. *Jurnal of Elektronik Commerce Research*, Vol. 13, No.3, 184-197.

Skripsi:

Ardhana, Oldy. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan pelanggan (studi pada bengkel Caesar Semarang). *Skripsi* Prodi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Astuti, Dwi. 2007. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dengan *Switching Cost* sebagai Variabel Moderasi.

Dwihapsari, Caecaria. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada OryzaTour".

Isnadi, Didik. 2005. Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing terhadap nilai nasabah dan keunggulan produk dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. *Skripsi* Prodi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Marianah, Dewi. 2012. Kontribusi Kepuasan Kerja Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pelayanan Jasa Telemarketing Di Sebuah Bank). *Skripsi* Prodi Ekonomi Universitas Gunadarma.

Pramita, Fransiska. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan. Semarang.

Widyawati, Fransisca. "Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkom Flexi." *Universitas Diponegoro Semarang. Semarang* (2008).

Winahyu Dashanti, Soesanto Harry. 2011. "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Daya tarik iklan Terhadap Minat Beli Air Minum Axogy (studi kasus pada pengguna air minum kota Magelang Jawa Tengah"

Yani Candra, Ekawati Wayan, Nurcaya Noman. 2012. “Pengaruh kepuasan konsumen yang dimoderasi biaya perpindahan (*switching cost*) terhadap niat beralih (*switching intention*) pada mahasiswa pengguna layanan operator XL dikota Denpasar”.

Yogantara, Agasi. 2012. “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen (studi empiris pada Radja Futsal Stadium cabang majapahit Semarang)”.

Internet:

<http://www.bi.go.id/id/> diakses pada 9 Mei 2017 pukul 15.00 WIB