

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. N. (2013). Analisis faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pre-order secara online (Studi kasus pada online shop choper jersey). Skripsi universitas diponogoro.
- Adi, A. F. R. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng SS. FEB undip.
- Artinigtas, I., Minarsih, M. M., Hasiholan, B.L. Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada toko vkanisir ban top cool semarang). *Journal of Management*, 1(1).
- Cockrill, A., & Mark M. H. G. (2010). Perceived price and price decay in the DVD market. *The Journal of Product And Brand Management*, 19, 367-374.
- Engel., Blackwell., & Miniard. (1994). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Bina rupa Aksara.
- Fandy, T. (2007). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Fatriansah. (2014). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pasien dan dampaknya pada loyalitas pasien (studi kasus pada rumah sakit Hidayatullah). Skripsi UIN Hidayatullah. Jakarta.
- Fuad, A. (2016). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna bus trans jogja. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Everitt Bryant, B. (1996). Growing the trust relationship [Electronic version]. *Journal of Marketing*, 60, 7- 18.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Med Press.
- Irawan., Wijaya, F., Sudjoni. (1996). *Pemasaran: prinsip dan kasus* (Edisi ke-2). Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

- Jarvenpaa, S. L., & Todd, P.A. (1997). Consumer reactions to electronic shopping on the world wide web. *International Journal of Electronic Commerce*, 1, 59- 88.
- Jiang, P., & Rosenbloom, B. (2005). Customer intention to return online: price perception, attribute-level performance, and Satisfaction unfolding over time. *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 150-174.
- Kotler., Philip., & Amstrong. (2010). *Dasar-dasar pemasaran* (edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler., Philip., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran jilid I* (edisi ke-13, Terjemahan Bob Sabran, MM). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kristianto, L. P. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Lee, Simon., Abdou Illia., & Lawson B. Assion. (2011). Perceived price of dynamic pricing. *Journal of Industrial Management + Data Systems*, 111(4), 531-550.
- Liu, C., & Arnett, K. (2000). Exploring the factors associated with Web site successin the context of electronic commerce. *Information & Management*, 2(3), 23– 33.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa (teori dan praktek)* (Edisi ke-1). Depok: Salemba Empat.
- Malik., Yaqoob., & Aslam. (2012). The impact of price perception, service quality, and brand image on customer loyalty (study of hospitality industry in pakistan interdisciplinary, *Journal Of Contempory Research In Business*, 4(5) , 487- 505.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing, making profitable decision*. Mc Graw-Hill. Irwin. University of Illinois, Urbana-Champaign.
- Mowen, J. C., & Minor. (1998). *Customer behavior*. New Jersey : Prentice Hall.
- Pratama, P. A. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap word of mouth waroeng SS. Skripsi UIN Jakarta.

- Peter., Paul, J., Jerry, C., & Olson. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy* (Edisi ke 9). McGraw Hill.
- Rahman, D. N. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada pemancingan ngerembel asri gunung pati semarang. Skripsi UNS.
- Rangkuti, F. (2003). *Riset pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Ade., R, Wahyudi., Triyono., A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*. 4(1), 29- 37.
- Robert, B. (2005). *Customer loyalty. 50 strategi ampuh membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Cosumer behavior*. Amerika Serikat: Pearson Prentice Hall. 156- 180.
- Simamora., & Bilson. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia. 34-40.
- Sulistyo, R. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. (Studi kasus konsumen indomaret babarsari uogyakarta). Skripsi Universitas Negri Yogyakarta.
- Voss., Gleen B., Parasuraman, A., & Grewal., Dhruv. (1998). The roles of price, performance, and expectations in determining satisfaction in service exchanges. *Journal of Marketing*, 62 (4), 46- 61.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-2). Yogyakarta: Andi Offse. 78- 85.
- Ujang Sumarwan. (2003). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 79- 85.