

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc, 2016
- [2] Kotler, Philip and Gary Amstrong,Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga, 2016
- [3] Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3, Jakarta , 2019.
- [4] Djaslim, Saladin. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya, 2013
- [5] William. J. Stanton , Prinsip Pemasaran, Jakarta , 2018.
- [6] Sella Kurnia Sari, Endang Sutrisna “pengaruh citra perusahaan terhadap minat konsumen (Evaluasi Penjualan Jasa Kamar Aston Karimun City Hotel)”. Vol.1.No.2. 2013.
- [7] Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. Pemasaran Jasa.edisi 7. Erlangga: Jakarta, 2016
- [8] D. J. Priansa , perilaku konsumen dalam bisnis kontemporer, Bandung, 2017.
- [9] Armstrong, Gary dan Philip Kotler, Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2013
- [10] Prof.Dr.Sugiyono , Metode penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, Bandung, 2019.
- [11] Arikunto, S. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- [12] Prof.Dr.H.Iman. Ghozali, M.com, Akt , Aplikasi Analisi Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (edisi 8), Semarang , 2016.
- [13] R. Freddy, Teknik mengukur dan startegi meningkatkan kepuasan pelanggan, jakarta, 2006.

[14] F. tjiptono ,Ph.D., Strategi Pemasaran, Yogyakarta , 2015.

[15] S. Drs. Danang Sunyoto, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Yogyakarta, 2019.

[16] Algifari, Mengukur Kualitas Layanan dengan indeks kepuasan, metode importance Performance Analysis, dan model kano, Yogyakarta, 2019.

[17] Ridwan and Akdon, Rumus dan Data dalam Analisis Statistika, Bandung, 2013.

