

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Loanata Isabella. 2014. Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Behavioral Intentions Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Amaris Hotel Surabaya . *Jurnal Manajemen Perhotelan* .
- Andika, Muhammad. 2015. Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Value*, dan *Satisfaction* Terhadap *Behavioural Intention*: Studi Kasus *Smartphone* Android Kelas Menengah Di 5 Kota Besar. *Jurnal Ekstensi Manajemen*.
- Anggreni, P. 2015. Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Pelanggan Pasar Umum. *Jurnal Telah Bisnis*, Vol.16, No. 2, Hal. 101-118.
- Fandy, Tjiptono, 2010. *Strategi pemasaran*. (3th ed.). Yogyakarta:Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, quality, & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Gede, Genia, dan Hatane Samuel, 2014. Pengaruh Experience Quality Terhadap Behavioral Intention Dengan Perceived Value Sebagai Mediasi Pada Restaurant Sushi Tei di Surabaya. Vol.13, No.1, Hal.3
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. 2010, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Hario, Widodo. 2015. Penggunaan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dalam Intensitas Persaingan Pasar untuk Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. Vol. 1, No. 3
- Hellier., Philip, K., Geursen, G. M., Carr, R., & Rickard, J. A. 2014. Customer repurchase intention: a general structural equation model. *European Journal of Marketing*. Vol. 37, No.11/12, Hal. 176
- Hendhana, Sandra dan Gede Sri Darma, 2017. Service Quality Rumah Sakit dan Efeknya terhadap Patient Satisfaction, Perceived Value, Trust, dan Behavioral Intention. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 14, No.1, Hal 38

- John, Hendra Istianto dan Maria, Joshepine Tyra. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, Vol.1, No. 3
- Kusdyah, Ike. 2016. Persepsi harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, Hal. 57.
- Kusuma, Jemmy. 2019. Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Restoran Cepat Saji Di Tunjungan Plaza. *Jurnal Agora*. Vol. 7, No. 1
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Principals of Marketing*. 15th Pearson Education Limited. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lin, Liang dan Huang, C. L., 2014. *The influence of consumer's emotional response and social norm on repurchase intention: a case of cigarette repurchase in Taiwan*. *The Journal of International Management Studies*. Vol. 5, No. 2, Hal. 21-30.
- Liono, Michael. 2018. Pengaruh Service Quality Terhadap Behavioral Intention Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol.7 No.1 Hal 97
- Leoma, Christanto Utama. 2014. Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1, Hal 76
- Nugraha, Adi. 2014. Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Behavioural Intention. *Jurnal Elektronik*. Vol. 1, No. 1, Hal. 85
- Muharmi, Habibah. 2019. Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 5, No.2
- Permata, Sari Arum dan SL Triyanngsih, 2015. Pengaruh Perceived Value Terhadap Behavioral Intentions Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Di Restoran Mr. Pancake Solo Paragon Life Style Mall. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 15, No. 3, Hal 304

- Rahab, Retno, H.S., & Tri, N.A. 2015. Peran *perceived value* dan kepuasan pelanggan dalam upaya membangun loyalitas pengguna kartu seluler. *Media Ekonomi Dan Manajemen*. Vol. 30 No.1, Hal.76 - 84.
- Rusydi. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Sarei, Kurnia Yunita. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan, relationship marketing dan corporate social responsibility terhadap loyalitas dan kepuasan. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 17, No. 2, Hal. 1-14
- Sari, Novita Ade Perdana Siregar. 2019. Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan *Perceived Value* terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Sains*. Vol. 2, No. 1, Hal. 369
- Sekarsari, Ayu Larasati. 2018. Hubungan Antara *Restraurant Image*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, Dan *Behavioral Intention*. *Jurnal FEB Ummul*, Vol. 15, No. 2, Hal. 108-119
- Setiawati, elis dan Tyas Ari Anggarani. 2015. Pengaruh Harga Dan Penilaian *Customer* Terhadap Proses Perilaku Pembelian Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 2, No. 1, Hal. 34
- Senjaya, Vivie, Hatane Semuel, dan Diah Dharmayanti. 2013. Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2c. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 1, Hal. 1-15
- Soutar, Sweeney & G. N. Williams, P., 2016. *Satisfaction And Behavioral Intentions In An Adventure Tourism Context*. *Annals of Tourism Research*. Vol. 37, No. 3, 4 Hal. 13–438.
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Alfabeta: Bandung
- Suharyanto, 2018. Kualitas Pelayanan, Antara Yang diterima dan Harapan. *Jurnal Ilmiah TEDC, TEDC*. Vol. 9, No. 1, Hal 61-68
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tandijaya, Nova Bella Trixie, 2018. Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Behavioral Intentions Dengan *Perceived Value* Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 12, No. 2 Hal. 84

Wahyuningsih. 2014. The Effect Of Customer Satisfaction On Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol.3 No.1 Hal. 16

