

## DAFTAR PUSTAKA

- Gunardi, Charlie Giovanni, and Rezi Erdiansyah. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku." *Prologia* 3.2 (2019): 456-463.
- Haryanto, Resty Avita. "Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald's manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.4 (2013).
- Ika, Nuruni dan Kustini. 2011. *Experiential Marketing, Emotional Branding and Brand Trust and their Effect on Loyalty. Journal of Economic, Business and Accountancy Ventura*, Vol.14, No.
- Irawan, Handy (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kotler, P. dan G. Armstrong.2001. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku 1. Cetakan kedua. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lau, G.T., dan Lee, S.H. 2007. *Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. Journal of Market Focused Management*
- Lupiyoadi, R. 2001. *Kepuasan Pelanggan*. Edisi ketiga.
- Lupiyoadi, R.2001. *kepuasan Pelanggan*. Edisi ketiga . Erlangga : Jakarta
- Mowen, C., John dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Nandya Ayu, and Wilopo Zainul Arifin. "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 32 No. 1. Maret. 128 134* (2016).
- Rahmawati<sup>1</sup>, Selvi, M. Asep, and Kokom Komariah. "Determinasi Emosional Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Skin Care Clinic." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8 (2019): 475-492.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung
- Tipjono Fandy,2000.*Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta.
- Zaithaml, Parasuraman and Berry.2011. *Problem and Strategies in Services marketing*. *Journal of Marketing* vol.49.

Zeithaml. 2011. Service Quality, *Frobability and The Economic Word of Customer*. Journal of The Academy of Marketing Science, Vol.28.No.1.

