

DAFTAR PUSTAKA

- Agbor, Jenet Manyi. 2011. *The Relationship between Customer Satisfaction and Service Quality: a study of three Service sectors in Umeå*. Umea School of Business.
- Dost, Florian dan Geiger, Ingmar. 2017. *Value-based pricing in competitive situations with the help of multi-product price response maps*. Journal of Business Research. Vol. 76, h. 219-236.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.01.004>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2018.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2009. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, Jooyeon dan Jang, Soo Cheong. 2010. *Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment*. International Journal of Hospitality Management. Vol. 29, h. 520-529. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.12.005>. Diakses pada tanggal 3 Maret 2018.
- Hisrich, Robert dan Peters, Michael. 2013. *Entrepreneurship*. Edisi 9. McGraw-Hill International Edition
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Edisi 7, Volume 1. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- _____. 2003. *Marketing Insight From A-Z*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 7, Jilid 1. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Jakarta : Prenhallido.
- _____. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 3, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- _____. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 8, Jilid 1. Alih Bahasa : Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Bowen, John. 1997. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Edisi 2. International Edition.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Cetakan Pertama, Edisi 12, Jilid 1. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Jakarta : PT. Indeks.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Cetakan Pertama, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2013. *Marketing Management*. Ed.14, England: Pearson.
- Namin, Aidin. 2017. *Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants*. Journal of Retailing and Consumer Service. Vol. 33, h. 70-81. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.09.008>. Diakses pada tanggal 7 Maret 2018.
- Oceani. 2016. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware di Magelang*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/>. Semarang
- Putri, Noventia Karina. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kemenarikan Produk, Dan Kecepatan Tanggapan Karyawan Terhadap Minat Loyalitas (Studi Kasus pada Takoyaki 48 Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/>. Semarang
- Prieger, James dan Bampoky, Catherine. 2016. *Economic Growth and the Optimal Level of Entrepreneurship*. World Development. Vol. 82, h. 95-109. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.01.01.3>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2018.
- Yao, Jun dan Oppewal, Harmen. 2016. *Unit Pricing Increases Price Sensitivity Even When Products are of Identical Size*. Journal of Retailing. Vol. 92, h. 109-121. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretai.2015.09.002>. Diakses pada tanggal 7 Maret 2018.
- Sukhu, Anupama dan Bilgihan Anil. 2017. *Willingness to pay in negative restaurant service encounters*. International Journal of Hospitality Management. Vol. 65, h. 11-19.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.05.006>. Diakses pada tanggal 7 Maret 2018.

Yao, Jun dan Oppewal, Harmen. 2016. *Unit Pricing Increases Price Sensitivity Even When Products are of Identical Size*. *Journal of Retailing*. Vol. 92, h. 109-121. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretai.2015.09.002>. Diakses pada tanggal 7 Maret 2018.

Internet:

<https://www.bps.go.id/>

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/>