

DAFTAR PUSTAKA

- Albert Eldons dan Dr. Bilson Simamora, M. (2020). Pengaruh Dimensi-Dimensi Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen Shaburi Shabu-Shabu Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Skripsi*.
- Aldy Rochmat, Purnomo. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. Yogyakarta: Fadilatama
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bakti, S. dan Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol. 3, No. 1.
- Basu, Swastha. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Benawan, F. (2019). Pengaruh Emotional Value, Monetary Value, Social Value, Collectivism, Dan Individualism Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Yamago Ramen Di Surabaya. *Skripsi*.
- Erik, S. (2016). Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, Dan Kepuasan Konsumen : Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 3, 165-178.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Spss. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph E. Jr. et al. (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Hasibuan. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Jamal, Ahmad dan Syarihuddin, Juwaidah (2014). Perceived Value and perceived usefulness of halal labeling : the role of religion and culture. *Journal of Business Research*, Vol 68, Pp 933-941.
- kememparekraf. (2018). *statistik usaha restoran*. Diakses 26 maret, 2021, dari <https://kememparekraf.go.id:https://kememparekraf.go.id/statistik-usaha-restoran>
- Kevin. (2019). Pengaruh Social Value, Emotional Value, Functional Value Terhadap Brand Loyalty Dan repurchase Intention Pada Konsumen Sepatunike Di Surabaya. *Skripsi*.
- Kotler, Philip, Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Jakarta 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 Dan 2*. Jakarta: Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong terjemahan Bob Sabran. 2014. *Principles of Marketing, 12th Edition Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2*, Erlangga, Jakarta.
- Nawawi. (2012). *Manajimen Sumber Daya Manusia : Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yoyakarta: Gajahmada University Pres.
- Oesman, Y, M. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value*
- Hurriyati, Ratih . (2015). *Bauran Pemasarn Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Safroni. (2012). *Manajemen Dan Reformasi Pelayanan Publik Dalam Konsteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, Dan Implementasi)*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Sandy, J (2020). Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen di Jokopi Untung Suropati Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 253-268.
- Sangadji, E dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian,Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Saragih Reymond. W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Nilai Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Ucok Durian Medan. *Jurnal Plans* , 28-37
- Shella Ayu Saputri, A. F. (2017). Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Pengorbanan Dan Loyalitas Merek Terhadap Kepuasaankonsumen Mc'donalds Di Sidoarjo. *E-Journal Manajemen "Branchmarck"* , 153-156 .
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Subekti, A Dan Jauhar, M. (2012). *Pengantar Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Meteologi Penelitian Bisnis, Cetakan 16*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Surmawan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, Dan R&D*. Kartasura: Fairuz Media.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Jakarta: Andi.
- Wahyuningsih. (2011). Nilai Pelanggan : konsep dan Strategi. *Jurnal Megadigma*, Vol. 4, No. 1, Januari 2011 : 65-77.