

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, Fitri., Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati., 2014, Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya). Universitas Brawijaya, Malang.
- Assael, H. (2004), *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, 6th ed. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta.
- Ball, Donald. A. et.al. 2004. *Bisnis Internasional: Tantangan Persaingan Global*, terjemahan Syahrizal Noor. PT: Salemba Emban Patria: Jakarta.
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djaslim. 2010 *Manajemen Pemasaran*; Edisi Pertama. Bandung. Linda Karya
- Chan, Syafruddin. 2003. *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Chattananon, Apisit & Jirasek Trimetsoontorn (2009). Relationship marketing: a Thai case. *International Journal of Emerging Markets*, Vol.4 No. 3, (252-274).
- Daryanto., Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Dani, R. (2015, September 5). *Industri Alat Musik Dunia Bidik Pasar Indonesia. Jawapos.*
- Garbarino, Ellen dan Mark S. Johnson., 2002, *The Different Roles Of Satisfaction, Trust and Commitment In Customer Relationship*, *Journal of Marketing*, Vol.63 No.2.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hairany, Eni. dan Sangen, Marijati. 2014. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) di Martapura Kabupaten Banjar*. Skripsi. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- H. Lovelock Christoper & Laurent K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005.

- Ishak Asmai., Zhafiri Luthfi. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi *Switching Costs*. Jurnal Siasat Bisnis vol 15, No 1, Januari 2011.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2015). *Principle of Marketing*. 15 Edition. England: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15e New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- John C. Mowen, Michael Minor. 2002, Perilaku Konsumen (Jilid 1), Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta. hal 312.
- J. Paul Peter, Jerry C. Olson (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan, Jilid Kedua, Jakarta: Selemba Empat.
- Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi , Vol. 6, No. 2, Oktober 2017
- Khalifa, A. H. (2014). Customer-Oriented-Marketing Approaches: Similiarities and Divergences. International Journal of Advanced Research.
- Lau, Geok Then and Lee, Sook Han. 1999. "Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty". Journal of Market Focused Management.
- Peter Daud Hindarto. 2013. "Hubungan Relationship Marketing Dengan Loyalitas Pelanggan Ritel". Jurnal JIBEKA. Volume 7, No 3 Agustus 2013: 41-46.
- Sivesan, 2012, Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors, Journals of South Academic Research. Volume 2, Issue 3, pp. 179-191.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saputra dan Ariningsih, 2014, Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing pada Industri Jasa Perbankan, SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 10 No. 1.

- Sohail, M. Sadiq (2012). The Antecedents of Relationship Marketing and Customer Loyalty: A Conceptual Framework to Determine Outcomes. *International Conference on Economics, Business Innovation* 38(2012), 236- 250. Retrieved from Iacsit Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Velnampy T. And Sivesan S., 2012, Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction: A Study on Mobile Service Providing Companies in Srilanka, *Global Journal of Management and Business Research*. Volume 12, Issue 18 Version 1.0.
- Wardhani, W. K. (2017). Pengaruh Relationship Marketing (Pemasaran Hubungan) terhadap Loyalitas. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol 51 No 1, 40.
- Wibowo S. 2006. Relationship Marketing Inputs Terhadap Customer Loyalty Pada Industry Hospitality di Surabaya.
- Zulganef. 2002. Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, Dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, Serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli Dan Loyalitas. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*. Volume 2 Nomor 3. Halaman 98 – 115.
- Zulganef. 2002. Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, Dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, Serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli Dan Loyalitas. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*. Volume 2 Nomor 3. Halaman 98 – 115.