

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2000). *Manajemen bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ajay, K; Goodstein, R. C. (1998). The Impact Of Advertising Positioning Strategies On Consumer Price Sensitivity, *Journal Of Marketing Research*. 35
- Azwar, S. (1999). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2003). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bari'ah; Abidin, Z; Nurtjahjanti, H. (2009). Hubungan antara Kualitas Layanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT. BRI Kantor Cabang Ungaran. *Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro*.
- Bolton, R. N. (1998) . A Dynamic model of the Duration of the Costumer's Relationship with a Continuous Service Provider. *Marketing Science*, 17(1), 45-66.
- Boulding, W; Karla, A; Staelin, R; Zeithaml, V, A. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality; From Expectation to Behavioral Intentions. *Journal of marketing research*. 30, 7-27.
- Chaplin, J. P. (2004). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Chang, D., Lim, S. B., Jean, S., Ji, H., dan Seo, H. (2002). Measuring Airline's Service Quality: SERVQUAL or SERVPERF. *In Science Institute, Annual Meeting Proceedings*. 10, 21-38.
- Cronin, J. J; Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.
- Dodds W. B; Monroe, K. B; Grewal, D. (1991). The effects of price, brand and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*. 28, 307-319.
- Feist, J., dan Feist, G. J. (2009). *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Muktivariate dengan Program SPSS*. BP Undip Semarang.
- Grewal, D; Roggeveen, A. L; Tsiros, M. (2008). The Effect of Compensation on Repurchase Intentions in Service Recovery. *Journal of Retailing*. 84, 424-434.

Gronroos, C. (1990). Relationship Approach to The Marketing Function in Service Contexts. *Journal of Business Research* 29(1), 3-12.

Hadi, S. (2000). *Statistik : Jilid 2*. Yogyakarta: Andi Offset.

Hartini, S. (2006). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Intensitas Pembelian Ulang Suatu Barang. *Tesis Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*.

Hellier, P.K; Geursen, G.M; Carr, R.A.; Rickard, J.A. (2003). Customer repurchase intention, a general structural equation model. *European Journal of Marketing*. 37,1762-800.

Hicks. J. M; Page. J. T. J; Behe. B. K; Dennis. J. H; Fernandez. R; Thomas. (2005). Delighted Consumers Buy Again. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*. 18, 94-104.

Johanna, M. P. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Tesis Magister Manajemen Universitas Diponogoro*.

Kinnear, T. C; Taylor, J. R (1995). *Riset Pemasaran*. (terjemahan:Yohanna Lamarto). Jilid II. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P; Ang, S. H; Leong, S. M; Tan, C. T. (2000). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia* (terjemahan: Fandy Tjiptono). Buku 1. Yogyakarta: Andi.

Kotler, P; Geursen, G M; Carr, R. A; Rickard, J. A. (2003) .Customer Repurchase Intention : A General Structural Equation Model, *Journal Of Marketing*. 37, 1762-1800.

Kotler, P; Keller, K. L (2009). *Marketing Management*. Pearson.

Kurtz, D. L; Clow, K. E. (1998). *Services Marketing*. John Wiley dan Sons. New York.

Minor, M; Mowen, J. (2002). *Perilaku konsumen*. Edisi 5, jilid pertama. Jakarta: Erlangga.

Parasuraman, A; Zeithaml. V. A; Larry. L (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication of Future Research. *Journal of Marketing*. 41-50

Parasuraman, A; Zeithaml. V. A; Larry. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perception of a Service Quality. *Journal of Retailing*. 64(1), 12-40

Parasuraman, A; Zeithaml. V. A; Larry. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. . *Journal of Retailing*. 67, 420-446

Prabowo, A. (2015). Jumlah penumpang Garuda naik 26% di tahun 2014. <http://investasi.kontan.co.id/news/jumlah-penumpang-garuda-naik-26-di-tahun-2014>. diakses pada 10 November 2015. Kontan.

Rangkuti, F. (2006). *Measuring customer satisfaction: teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus PLN-JP*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Saidani. B; Arifin. S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 3(1), 1-22.

Schiffman dan Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7J)*. (Tejermahan: Zoelkifli Kasip). Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia

Tjiptono, F. (2007). *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.

Usmara, A; Nugroho, E. P. (2000). Pengujian Hubungan Kualitas Jasa, Kepuasan Nasabah, dan Intensi Pembelian Ulang. *Sosiohumanika*. 13(1), 215-228.

Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wardhani, E. K. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* . 3, 40-63.

Wendha .(2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Maskapai XYZ di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*. 7, 19-28.

Wirawan. (2007). *Budaya dan Iklim Organisasi: Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat

Zeithaml. V. A; Larry, L; Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. 60, 31-46.

_____. (2014). <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/garuda-indonesia-experience/in-flight/index.page>. Diakses pada: 10 Maret 2015.

_____. (2015). <http://www.cse-aviation.biz/?p=521>. Diakses pada: 10 Maret 2015.