

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Wahyu, 2009, *Manajemen Operasi Jasa*, Edisi 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Anderson, J.C dan Narus, J.A, 1990, "A Model of Distributor firm and Manufacturer Firm Working Partnerships", *Journal of Marketing*, Vol .54(Jan), 42-58.
- Bad, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of The Effect of Trust Buliding Technology in Electronic Marrket: Price Premiums & Buyer Behavior. *MIS Quarterly*. 26(3), 243-268.
- Badan Pusat Statistik kabupaten Gresik.
- Chan, Syafruddin. 2003. *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chen, S. C. & Dhillon, G. S. 2003. Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, *Information Technology and Management*, 4, 303-318.
- Doney, Patricia M., dan Joseph P. Cannon, 1997, "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 61, April, pp. 35-51.
- Dwyer, F. Robert, Paul H. Schurr, dan Sejo Oh, 1987, "Developing Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 51, April, pp. 11-27.
- Ellena, Frieda, 2011, *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ferrina, Dewi Erna, 2008, *Merk & Psikologi Konsumen*, Graha Ilmu, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*, Edisi 7, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ganesan, S, 1994, "Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 58(April), 1-19.
- Garvin, D.A., *Managing Quality*, New York, Free Press, 1996.
- Griffin, Jill, 2003, *Customer Loyalty*, Erlangga, Jakarta.
- Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jas*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.

- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Herbig, Paul, Miliwicz, John, dan Golden, Jim, (1994), "A Model of reputation Building and Destruction", *Journal of Business Research*, 31, 23-31.
- Indriyantoro, Nur, dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit BPFE Yogyakarta
- Supranta, 2001. *Statistic Teory dan Aplikasi*, Cetakan kedua, Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. SalembaEmpat. Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane,2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Amstroung, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, SalembaEmpat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, SalembaEmpat, Jakarta.
- Lock,Cristopher Love, 2001, *PemasaranJasa*, Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Lock, Cristopher Love, 2005, *PemasaranJasa*, Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Lock, Cristopher Love, Wich, Jochen dan Mussry, Jacky, 2010, *Pemasaran Jasa*, Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Mardikawat,Woro, Farida, Naili (2013),Universitas Diponegoro dengan penelitiannya yang berjudul "Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap Loyalitas pelanggan,melalui kepuasan pelanggan pada Pelanggan Bus Effisien.(Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). Tahun 2013.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. (1995). An Integratif Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*. 30 (3): 709-734.
- McKnight, D. H., & N. L. Chervany. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *Journal of Electronic E-Commerce*. 6, 2, 35-60.

- Morgan,R,M dan Hunt,S,D, 1994,"The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol.58(July),20-38.
- Moorman, 1993, *Actors Affecting Trust in Market Relationship: Journal of Marketing*. Vol.58.
- Mowen, Jhon C, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid 1, Erlangga,Jakarta.
- N.Teli Husniatin (2008), UniversitasWidyatama, denganpenelitiannya yang berjudul "PengaruhReturn On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS) Dan Price Earning Ratio (PER) Terhadap Return Saham Perusahaan SektorJasa (Hotel &Travel Service) Yang Go Public tahun 2002 - 2006.
- Nitisemito. Alex S. 1991. *Manajemen Personalialia: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. 1998. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1,Tahun 1998.
- Rosseau et al. (1998). Not So Different After All: A Cross-Discipline View of trust. *Academy of Management Review*. 23 (3), 393-404.
- Prasetyo, Widiyanto,Bangun (2013) "Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan "Study pada perusahaan luwes abadi.
- Simamora, Bilson, 2008, *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sirdesmukh,D.,Singh,J.,Sabol, B.2002. *Consumer Trust, Value and Loyalty in Relational Exchange*. Journal of Marketing.
- Sugiono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Supranto, 2001 : *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2001.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*, Andi off set, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2001, *StrategiPemasaran*, EdisiKedua, PenerbitAndi, Yogyakarta.

Tri, Febri, Raharja, Edy (2013), Universitas Diponegoro dengan penelitiannya yang berjudul “Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan” Study pada bengkel mobil Rapiglass autocare, Semarang.

Widayat & Amirullah, 2002, **Riset Bisnis**, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Zeitham dan Bitner (Joko Sugihatono), 2009 : Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jalur Nugraha Eka Kurir JNE, Cirebon.