

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2009). *Marketing Edisi Baru*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Bagyono. (2008). *Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Balqis Diab. (2009). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan)*. Tesis Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang: tidak diterbitkan.
- Boonlertvanich, K. (2009). Consumer Buying and Decision Making Behavior of a Digital in Thailand. *Ramkhamhaeng University International Journal* , 3, (1), 57-66.
- Dinda Monika Mediana Bahri. (2010). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada Bank BRI Cabang Pattimura Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang: tidak diterbitkan.
- Esfahani, A. N., Jafarzadeh, M., & Nafari, R. (2012). Studying Relationship between Customer Values and Customer Relationship Management Functions (Case Study: Iranian Bank of Eghtesad Novin Branches). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3, (9), 1160-1168.
- Ety Dwisusanti. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Keputusan Pelanggan Tetap Menginap di Hotel Garden Palace Surabaya. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 6, (2), 76-81.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Jakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_, (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.

- I Wayan Siwantara. (2011). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kinerja customer relationship management (studi pada halo corporate PT. Telkomsel Bali). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7, (3), 150-161.
- Kanten, S., & Yaslioglu, M. (2012). Role of innovation in creating customer value in hotel establishment: a study on managers. *The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 17, (2) 437-449.
- Korir, J., Korir, K., Musyoki, J., & William, B. (2012). Determinants of Consumer Purchase Decisions in Zero Rated Hotels in Eldoret Town, Kenya. *International Journal of Business and Social Science*, 3, (21), 158-163.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, (2012). *Principles of Marketing (14th edition)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- \_\_\_\_\_, & Kevin, K. L. (2012). *Marketing Management (14th edition)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Mazid, J. S. (2012). An Examination of Two Dimensions of Customer Perceived Value in Banking Services. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2, (11), 11341-11345.
- Mosavi, S. A., & Ghaedi, M. (2011). A survey on the relationship between perceived value and customer advocacy behavior. *International Conference on Innovation Management and Service*, 249-254.
- Muhammad Ali. (1985). *Strategi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Angkasa.
- Nasution, H. N., & Mavondo, F. T. (2005). The Impact Of Service Quality On Customer Value In The Hotel Industry. *ANZMAC 2005 Conference: Tourism Marketing*, 72-79.
- Ratih Hurriyati. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Sinta Maulidya Dewi, 2014

*Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Raza, M. A., Sidiquei, A. N., Awan, H. M., & Bukhari, K. (2012). Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4, (8), 788-805.
- Schwab, K., & Martín, X. S.-i. (2012-2013). *The Global Competitiveness Report*. Geneva: World Economic Forum.
- Sri Kussujaniatun., & Wisnalmawati. (2011). Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas yang dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5, (1), 29-39.
- Sri Martina Intan Permatasari Hassan. (2013). Pengaruh *Customer Value* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Saung Angklung Udjo (Survei Terhadap Wisatawan Nusantara Individu di Saung Angklung Udjo). Skripsi Sarjana Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Diponegoro Semarang: tidak diterbitkan.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (2008). *Prosedur Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Ujang Sumarwan. (2004). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- \_\_\_\_\_, (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Uma Sekaran. (2008). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Yogyakarta: Salemba
- Wanga, Y., & LO, H. P. (2011). The Key Dimensions of Customer Value and Their Impacts on Relationship Management Performance: A Customer Based Perspective. 1-23.

Yen, J.-R., Rhoades, D. L., & Hsu, G.-Y. (2011). Evaluating the Perceived Value of Service Delivered by Taiwanese Airlines in the Domestic Market. *Best Practices in Service Industry*, 1-6.

Yevis Marty Oesman. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: CV Alfabeta.

Zulganef. (2008). *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Website :

[www.jabar.bps.go.id](http://www.jabar.bps.go.id) diakses pada tanggal 13 Juni 2013 pukul 10.00 wib

[www.budpar.go.id](http://www.budpar.go.id) diakses pada 13 Juni 2013 pukul 10.15 wib

<http://www.antaraneews.com/berita/344535/langkah-jawa-barat-tingkatkan-jumlah-kunjungan-wisata-3-may-2013>, diakses pada 13 Juni 2013 pukul 11.00 wib

<http://share.pdfonline.com/7140a0ff7e8540aea4cb7c6ec5d76f1d/BAB%20I.htm> diakses pada 13 Juni 2013 pukul 11.15 wib

<http://jabar.bps.go.id/publikasi/statistik-hotel-dan-akomodasi-lainnya-di-jawa-barat-tahun-2009-2012> diakses pada 15 Juni 2013 pukul 11.00 wib

<http://mental-harnis.blogspot.com/2012/06/nilai-pelanggan.html> 9 juni 2012, diakses pada 15 Juni 2013 pukul 17.33 wib

<http://id.shvoong.com/business-management/management/2186428-pengertian-atau-definisi-hotel/#ixzz2WHyIrOLK> , diakses pada 15 June 2013 20.06 wib

Sinta Maulidya Dewi, 2014

*Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu