

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Susanto. (2016). *Teori Belajar & Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Amelia, R., & Utomo, D. P. (2019). Analisa Pola Pemesanan Produk Modern Trade Independent Dengan Menerepakan Algoritma Fp. Growth (Studi Kasus: Pt. Adam Dani Lestari). *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer)*, 3(1), 416–423. <https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1622>
- Amelda Pramezwary, Juliana, Billy Eagan, Feidora Jovanca Putri, dan Steven Setiadi (2021) Pengaruh Identitas *Brand* dan Strategi Penjualan Burger King terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* Vol. 21 No. 1 ISSN: 2579-3314
- Anggraeni, D. P. (2016). PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 171–177.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1445/1824>
- Adrian Payne Andi. 2001. *The Essence Of Service Marketing*. Pemasaran Jasa. Yogyakarta
- Adrian Payne. 2007. *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat
- Aragao De Carvalho, C., & Boyanovsky, D. (1993). Long-range order of two interacting anyon-gas layers of opposite statistical charge. *Physical Review B*, 47(1), 334–341. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.47.334>

- Armstrong & Kotler. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (edisi 2). Jakarta: Erlangga
- Armstrong, G. and Kotler, P. 2009. *Marketing an Introduction Ninth Edition*. New Jersey: Pearson Education International.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”, England : Pearson Education, Inc
- Arnes Nofita Sari, Sari Pangestu, Yulis Erisya, Annie Mustika Putri (2021) Analisis *Strategic Management* Pada Restoran Cepat Saji Mc Donald’s Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 5 No. 2 ISSN 2614-3097
- Aryanti, D., Hudoyo, A., & Kasymir, E. (2013). Analisis tingkat pelayanan restoran terhadap kepuasan pelanggan: studi kasus pada dua restoran di kompleks pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *Jurnal of Agribusiness Science*, 1(2), 118–125.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Barker, et al . 2002. *Reserch Methods In Clinical Psychology*. John Wiley & Sons Ltd. England.
- Atika, S. D., & Soegoto, D. S. (2022). The Influence of Smartphone Brand Awareness on Purchase Decisions iPhone Smartphone Consumers. *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*, 3(112), 219–224. <https://doi.org/10.34010/icobest.v3i.139>
- Christina Widhya Utami. 2010. *Manajemen Ritel, Salemba Empat*, Jakarta.
- Christopher, Lovelock and K. Wright Lauren, 2005. *Pemasaran Jasa* (terjemahan), Jakarta: Gramedia.
- Cindy Cornelia, Liliek Soelistyo (2023) *Impoliteness Strategies Used by the Employees of Karen’s Diner in Serving Their Customers* Kata Kita, Vol 11 No.1 e-ISSN: 2598-7801
- Cornelial, C., & Soelistyo, L. (2023). Impoliteness Strategies Used by the Employees of Karen ’ s Diner in Serving Their Customers. 11(1), 124–131. <https://doi.org/10.9744/katakita.10.3.124-131>

- Cornelial, C., Soelistyo, L., Inggris, J. B., Humaniora, F., & Petra, U. K. (2023). Strategi Ketidaksopanan yang Digunakan Karyawan Karen ' s Diner dalam Melayani Pelanggannya. 11(1), 124–131.
<https://doi.org/10.9744/katakita.10.3.124-131>
- Dharmmesta, B.S., Irawan (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Dian Mardana, Rosdana Sijabat (2022) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jurnal Sekretari dan Manajemen Vol. 6 No. 1 e-ISSN 2550-0791
- Djaslim, Saladin, 2002, Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian, Linda Karya, Bandung.
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. Jurnal Mirai Managemnt, 4(2), 122–136.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Erna S. Imaningsih dan Saiful Rohman (2018) *The Model of Product Quality, Promotion, Price, and Purchase Decisions* Jurnal Ekonomi/Volume XXIII No. 02
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 1(2), 139–148.
<https://doi.org/10.31311/JECO.V1I2.1332>
- Fajar, Laksana, 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta. Penerbit Graha Ilmu

- Faishol, M., Hastuti, S., Ulya Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian UTM Korespondensi, M., & Raya Telang Kamal Bangkalan, J. (2013). Perancangan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi Pabrik Tahu Srikandi Junok Bangkalan. *Agrointek*, 7(2), 57.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3–24. Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian
- Fathurrahman, A., Yusuf, A. E., & Harijanto, S. (2019). the Enhancement of Learning Effectiveness Through the Increase of Pedagogical Competence and Teamwork. *Journal of Educational Management*, 7(2), 843–850.
- Ferry Wibowo, S. (2011). Karakteristik Konsumen Berwawasan Lingkungan Dan Hubungannya Dengan Keputusan Membeli Produk Ramah Lingkungan. *Econosains Jurnal Online Ekonomi Dan Pendidikan*, 9(2), 192–202. <https://doi.org/10.21009/econosains.0092.09>
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Giri Dwinanda, Yuswari Nur (2020) Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Retail Giant Ekspress Makassar. *Jurnal Mirai Management* Vol. 6 No. 1 e-ISSN: 2597-4084
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>

- Harahap, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan. *Manajemen Tools*, 7(1), 77–84.
- Harsalim, R. R., Sugiharto, D. S., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, JI siwalankerto 121-131, S. (2015). 140168-ID-none. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–11. de la Tierra, A. (2017). Con Men. *Sociological Forum*, 32(3), 684–686. <https://doi.org/10.1111/socf.12355>
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88
<https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A (2010) Analisa *Marketing Mix 7P* (Produk, *Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Eviden*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya *Jurnal Mitra Ekonomi Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol. 1 No. 2 ISSN 2087-1090*
- Iffan, Muhammad and S Soegoto, H. (2017). PENGARUH IKLAN, ENDORSER, DAN DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI JG MOTOR UJUNGBERUNG BANDUNG). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol.02*.
<https://repository.unikom.ac.id/51306/>
- Imaningsih, E. S. (2018). The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 260–271.
<https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>
- Kasmir. 2009. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana
- Kinas, A. A. (2018). Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia (Studi Kasus pada Perusahaan Swasta di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Pena*, 1(2), 100–106.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, J. (2016). Dilema Pendidikan dan Pendapatan di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 09(01), 59–67.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: K E N C A N A.
- Lenti, M., Beni, S., Sadewo, Y. D., & Usman. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 9–19. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v2i2.190>
- Lovelock,C and Wirtz,J. (2004). “*Services Marketing*”, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

- Maden, J., & Liauw, F. (2022). Tempat Nongkrong Produktif Di Kalideres, Jakarta Barat. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(1), 215. <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i1.16947>
- M. Syakib Arsalan Citra Purnama dan Murwatiningsih (2014) Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Proses Keputusan Berkunjung ke Museum Ranggawarsita Semarang ISSN 2252-6552
- Mustafidah, A. (2017). Pelatihan Pengolahan Makanan Tradisional Untuk Meningkatkan Potensi Kreasi Olahan Basah Singkong di Desa Gayamharjo Prambanan Sleman. *Jurnal Bakti Saintek: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(2), 79. <https://doi.org/10.14421/jbs.1168>
- Ningratri, Y. A. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan. *Riset & E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 3(1), 50–56.
- Nurainy, F., Rangga, A., & Prayoga, M. R. (2019). Perilaku Dan Kepuasan Konsumen Mahasiswa Universitas Lampung Terhadap Makanan Cepat Saji Menu Utama Ayam Bakar. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 24(2), 77–88
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. (2012). *Food science* (5th edition). New York: Chapman and Hall.
- Pramezwary, A., Eagan, B., Putri, F. J., Setiadi, S., Julianastpphuphedu, E., P, C. S. A., Billy, E., P, F. J., Steven, S., Identitas, P., & Dan, B. (2021). Pengaruh Identitas Brand Dan Strategi Pe. 21(1)
- Purnama, M. S. A. C., & Murwatiningsih. (2014). Pengaruh Marketing Mix terhadap Proses Keputusan Berkunjung ke Museum Ranggawarsita Semarang. *Management Analysis Journal*, 3(1), 1–10.

- Ramadoni, W. (2020). Pengaruh Promosi Ovo Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Ovo. *Ecopreneur*.12, 3(1).
<https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.673>
- Ramadhan Harahap (2017) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asa Mega Mas Medan *Jurnal Manajemen Tools* Vol. 7 No. 1 ISSN: 2088-3145
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020). Purchasing Decisions in Terms of Perceived Quality and Product Knowledge. *Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities – Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)*, 112, 94–99. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200108.023>
- Sarihati, T., & Lazaref, S. M. (2021). Kajian Tata Letak Interior Kafe di Jalan Braga Sebelum dan Sesudah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(1), 34–45. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i1.27412>
- Sari, A. N., Pangestu, S., Erisya, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis Strategic Management Pada Restoran Cepat Saji McDonald ' s. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2917–2927.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour* 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>

- Sinambela, Lijan Poltak. 2006. Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta: Bumi Aksara
- Singarimbun, M. 2006. Metode Penelitian Survei. Jakarta
- Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No T Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksaraitle. 1(1), 1–23.
- S. Pantja Djati, & Erna Ferrinadewi. (2004). PENTINGNYA KARYAWAN DALAM PEMBENTUKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PERUSAHAAN JASA: (Suatu kajian dan Proposisi). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), pp.114-122.
- <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16142>
- S. Supriyanto dan Ernawati, 2010. Judul : Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta
- Sugiono, 2002. Metode Penelitian Administrasi RdD, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.

- Tjiptono, Fandy, (2005). Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Tiana, N. E., & Setyawati, E. (2012). Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro Di Wilayah Surabaya. BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF, 4(2), 126–140.
<https://doi.org/10.37477/bip.v4i2.147>
- Umayah, A. N., Ariyanto, A., & Yustisia, W. (2017). Pengaruh empati emosional terhadap perilaku prososial yang dimoderasi oleh jenis kelamin pada mahasiswa. Jurnal Psikologi Sosial, 15(2), 72–83.
<https://doi.org/10.7454/jps.2017.7>
- Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Agung Media.
- Utami, arum puspa. (2016). Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta the Effects of the Marketing Mix on the Cunsumers ' Decisions To Buy At. Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, Volume 5, 469–476.
- Wahdiniwaty, R., Atika, S. D., Ramadhina, F. A., Nur, D., Munandar, M. A., Pratya, D., & Murni, A. (n.d.). IMPLEMENTASI PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MELALUI MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM. 461–464.
<https://doi.org/10.24114/jpkm.v29i3.38498>
- Wahdiniwaty, R., Setiawan, E. B., Auliardi, F., & Wahab, D. A. (2019). Application Model for Travel Recommendations Based on Android. IJNMT (International Journal of New Media Technology), 6(1), 9–16.
<https://doi.org/10.31937/ijnmt.v6i1.1059>
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., Dede, D., & Rifa'i, A. A. (2022). Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium

- Enterprises (MSMEs) in the Digital Economy Era. *Khazanah Sosial*, 4(1), 187–210. <https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., & Bauran....., P. (2058). THE INFLUENCE OF MARKETING MIXTURE ON PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLE AT PT. HASJRAT ABADI RANOTANA Oleh. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067.
- Wartono, F., Effendi, M. M., & Rivalni, E. (2019). Temperature Monitoring System to Maintain Foods Resistance Towards Storage Rooms Using Fuzzy Logic Methode. *Ilmiah Informatika, Arsitektur Dan Lingkungan*, 14(1), 38–47.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wijayanti, Agustin, G., & Rahmawati, F. (2016). Pengaruh jenis kelamin, ipk, dan semester terhadap literasi keuangan mahasiswa prodi s1 ekonomi pembangunan universitas negeri malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 87–96. <https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i12016p088>
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayned D. Gremler. (2006). *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4th edition. International Edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Zeithaml, Valerie A, Bitner Mary Jo, Gremler Dwayne D. 2009. *Service Marketing: Integrating Costomer Focus Across The Firm*. Fifth Edition, Mc GrawHill Companies,Inc, New York.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed*. Mc.Graw-Hill. Boston.