DAFTAR PUSTAKA

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Sukabumi: Jejak Publisher.

Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, B. (2008). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.

Fitrah, M., & Luthfiyah. (2018). Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. Sukabumi: Jejak Publisher.

Gunawan, & Penangsang, P. (2017). Analisis Pengaruh Sektor Perdagangan, Hotel, Dan Restoran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus pada Kota Surabaya). Jurnal Ekonomi & Bisnis, Volume 2 Nomor 1, Maret , 317 –334.

Ilieska, K. (2013). Customer Satisfaction Index – as a Base for Strategic Marketing Management. TEM Journal – Volume 2 / Number 4 , 327-331.

Moleong, L. J. (2013). Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Oliver, S. (2007). Strategi Public Relations. Jakarta : Esensi.

Sanapiah, F. (2010). Penelitian Kualitatif: Dasar - Dasar dan Aplikasi. Malang: Yayasan Asih.

Subakti, A. G., Pratomo, A., & Adiati, M. P. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rijsttafel Restoran Oasis, Jakarta). Jurnal Hospitality Dan Pariwisata, Vol 1.

Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabetha.

Bates, John E.G., Douglas Hoffman. 1999. Managing services marketing. Text and readings. Orlando : The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.

Juang, N. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama (m1) Di Pekanbaru. Jurnal Valuta Vol 2 No 2, Oktober 2016, 171 189.

Febe Angelin Tandjung Suatmodjo. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan TerhadapKepuasan Pelanggan Café Zybrick Coffe & Cantina. AGORA Vol 5, No. 3, (2017)

Ida Ayu Inten, S. U., & I. Made Jatra (2015). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur) . E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 7, 2015 : 1984-2000.

Utama, I. G. (2014). Pengantar Industri Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish.

Hasan, Ali, (2013). Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan. Penerbit CAPS Yogyakarta

Tjiptono., & Fandy, (2008). Strategi Pemasaran. Penerbit ANDI, Yogjakarta

Tjiptono, F., G. Chandra., & D. Adriana, (2018). Pemasaran Strategik. Penerbit Andi, Yogyakarta

Kotler, Philip, dan Kevin Keller, (2007). Manajemen Pemasaran. Penerbit INDEKS, Jakarta

Supranto, J. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta

Tjiptono, F., Y. Chandra, dan A. Diana, (2009), Marketing Scales. Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2007). Service, Quality & Satisfacton. Penerbit Andi, Jogjakarta

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Indikator	Pertanyaan
1. Kesesuaian harapan	Penilaian kesesuaian harapan telah dilakukan atau belum berdasar : a. Menurut anda penilaian atas Produk atau jasa yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan ? Jelasakan ! b. Menurut anda pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan ? Jelasakan ! c. Menurut anda fasilitas penunjang yang didapat sesuai dengan yang diharapkan ? Jelaskan!
2. Minat berkunjung kembali	Penilaian untuk minat berkunjung kembali yang diukur berdasar aspek: a. Menurut anda, mengapa anda berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan ? Jelasakan! b. Menurut anda, mengapa anda berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk ? Jelaskan! c. Menurut anda, benarkah anda berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai ? Jelaskan!
3. Kesediaan merekomendasikan	Mencakup : a. Menurut anda, kenapa anda berkenan menyarankan teman atau kerabat karena pelayanan yang memuaskan? Jelasakan! b. Menurut anda, mengapa anda berkenan menyarankan teman atau kerabat karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi? Jelasakan! c. Menurut anda, akankah anda berkenan menyarankan teman atau kerabat karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai ? Jelaskan!