

DAFTAR PUSTAKA

- Alhafids, A. W. 2012. *Kamus Ilmu Al-Qur'an*. Amzah. Jakarta.
- Amstrong, Gerry dan Kottler, Philip. 2008. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Baron, R. M., dan Kenny, D. A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51(6): 1173-1182.
- Basuswastha dan Sukotjo. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Batty, M. Clemes dan D. Dean. 2015. The Meditating Role of Percieved Value on the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: Evidence from Indonesian Airline Passagers. *Procedia Economics and Finance*. 35(2): 388-395.
- Budiman, A. R., dan Setyadin B. 2012. Analisis Satuan Biaya Pendidikan Mahasiswa Universitas Negeri Malang. *MANAJEMEN PENDIDIKAN*. 23(5): 467-478.
- Engel, J. F., Roger D. B., dan Paul W. M. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Terjemahan oleh Drs. F. X. Budiayanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fattah, Nanang. 2008. *Pembiayaan Pendidikan Landasan Teori dan Studi Empiris*. Jilid 1. Edisi 9. Jurnal Pendidikan Dasar. Bandung.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firdaus dan Zulkarnain. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa dan Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Layanan Listrik Prabayar Pada PLN Riau. *JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS*. 6(3): 38-50.
- Fornell, Claes, Michael D. J., Eugene W.A., Jaesung Cha dan Barbara. E. B. 1996. The American Customer Satisfaction Index: Nature Purpose and Finding. *Journal of Marketing*. 5(3): 7-17.
- Gronroos, C. 2007. *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. Chichester. Wiley.
- Gronroos C. 2010. *Service Management and Marketing*. Maquarie Books. Lexington.
- Hanan, H. T. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi tentang Biaya dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*. 2(2): 130-137.
- Hayati, S. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan dan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Service. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*. 2(2): 62-82.
- Hidayat, T. H. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi tentang Biaya dan Citra terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*. 2(2): 130-

- Hornigren, C. T., Foster. G., Bhimani. A., dan Datar. S. M. 2008. *Management and Cost Accounting*. FT. Prentice Hall. England.
- Isti, P., dan Agus S. 2014. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Pelanggan Jangka Pendek dan Jangka Panjang Kartu Prabayar Mentari, PT Indosat). *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Agama dan Budaya*. 8(1): 123-130.
- Jalaluddin, Rakhmat. 2005. *Psikologi Agama*. PT Mizan Pustaka. Bandung.
- Kanthi, Y.A., Suharyono dan S. Kumadji. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *JURNAL ADMINSTRASI BISNIS*. 10(1): 34-46.
- Kanuk, L dan Shiffman. L. G. 2008. *Customer Behavior*. Sixth Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Karian, P. 2011. Analisis Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Progam Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi S1. Universitas Diponegoro Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Semarang.
- Kertajaya, Hermawan. 2003. *Marketing in Venus*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. K. L. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Terjemahan oleh Benyamin Molan. 2007. PT Index Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 2. Terjemahan oleh Benyamin Molan. 2005. PT Index Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan oleh Jaka Wasana. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Fakultas Ekonomi UI. Jakarta.
- Kurliyatin, A., I. Bafadal dan W. Zulkarnain. 2017. Hubungan Citra Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orang Tua, dan Rasa Bangga Orang Tua dengan Keputusan Orang Tua Menentukan Sekolah untuk Anaknya. *Ilmu Pendidikan*. 2(1): 129-138.
- Kurniawan, H., H. Soesanto., A. Yuniawan. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Minat Beli. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*. 15(1): 46-61.
- Mahanani, Sonya. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat). Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Najachah, E. 2014. Pengaruh Fasilitas, Religiusitas, dan Biaya Perkuliahan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi. Skripsi S1. UIN

Walisongo Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Semarang.

Nugroho, S. J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Prenada Media. Jakarta.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml dan L. L. Berry. 1988. SEVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. 68(1): 12-40.

Purwakania, A. B. H. 2013. Pemanfaatan sebagai Variabel Moderator pada Pengaruh Religiusitas dengan Agresi Relasional di Kalangan Mahasiswa Universitas Berbasis Nilai-Nilai Islam. *JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*. 2(1): 10-20.

Sahlan, Asmaun. 2011. *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. UIN Maliki Press. Malang.

Septian, E. H., D. Malik dan M. M. Minarsih. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Layanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*. 4(4): 84-99.

Shofian dan S.N.A Suleman. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Anssurance Cabang Kota Gorontalo. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2(1): 155-182.

Shofwa, Y. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto. Skripsi S1. IAIN Purwokerto. Fakultas Ekonomi Islam. Purwokerto.

Sobel, M. E. 1982. *Asymptotic Confidence Intervals For Indirect Effect In Structural Equation Models*. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology*. American Sociological Association. Washington DC.

Stark, Rodney dan Glock. C. Y. 1968. *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. University of California Press. England.

Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI. Yogyakarta.

Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. ANDI. Yogyakarta.

Taufik H., Saryadi dan W. Hidayat. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Lembaga Pendidikan BBC– ETS. *Jurnal Ilmu Administrasi*. 1(1): 275-281.

Thouless, H. R. 1995. *Pengantar Psikologi Agama*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 3. ANDI. Yogyakarta.
- Wardhana, A. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merk Bengkel Resmi Terhadap Nilai Pelanggan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Kebangsaan*. 2(3): 1-11.
- Woodruff, R. B. 1997. Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of The Academy of Marketing Science*. 25(2): 139-153.
- Yohandri, T., Y. Rizal dan T.Rusman. 2014. Pengaruh Persepsi tentang Fasilitas, Biaya Pendidikan, Kualitas dan Lokasi terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah. *Jurnal Edukasi Ekobis*. 2(6): 34-46.
- Zuhirsyan, M dan Nurlinda. 2018. Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal*. 10(1): 48-62.

