

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. *Statistik Induktif*. Edisi Keempat. Cetakan Kelima. Yogyakarta. BPFE.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Toni Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F & Paul Miniard. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta. Erlangga.
- Hidayat, Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*. Jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi ventura. Vol 12, No 2 hal 99-116.
- Iswari, Riana dan Retno Tanding Suryandari. 2003. *Analisis Pengaruh citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3. No. 2. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2009. *Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Service Quality and satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Yang, Zhilin dkk. 2004. *Measuring Customer Perceived Online Service Quality*.
Dalam International Journal of Operations and Production Management.
Vol. 24 No. 11.