

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E.N. 2005. *Food and Culture*. New York: New York University Press.
- Arzena, Deby Meigy. 2010. Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. (Vol. 18 No.1 2010)
- Aryani, Dwi. 2010. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. (Vol.17 No.2 2010)
- Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Bloemer, J. and Kasper, H. 1999. The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16 No. 2, pp. 183-201.
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Djarwanto, PS dan Pangestu Subagyo. (1998). *Statistik Induktif*. Yogyakarta:
- Fornell, C. 1992. A national customer satisfaction barometer : the Swedish experience. *Journal of Marketing*. Vol. 56, January, pp.6-21.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hair, Joseph F. et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Upper Sadle River, New Jersey:Prentice-Hall,Inc.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. (Vol. 11 No. 1 Maret 2009)
- H.M., Jogiyanto. 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta:Penerbit BPFPE.
- Hunt, Shelby and Morgan, Robert M. 1995. The Comparative Advantage Theory of Competition. *Journal of Marketing*, 59 (April), 1-15

- Hurryati, R. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Edisi Kedua*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kertjaya on Marketing Mix*. Bandung: Mizan Media Utama
- Kompas-online*, 2007 Desember 27. *Geliat Industri Ponsel di tengah lesunya ekonomi*. www.kompas.com (diakses 10 Agustus 2009)
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- _____. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Juhardi. Edisi 11. Jilid 1. Jakarta: PT. Prehalindo
- _____. 2004. *Marketing Insight from A to 80 Konsep yang Harus Dipahami Oleh Setiap Manajer*. Dialih bahasakan oleh: Anies Lastiati. Jakarta: Erlangga.
- Lau, G.T. and Lee, S.H. 1999. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*, Vol.4, pp.341–370.
- Lupiyoadi R. dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- McDonald's. 2014. "Ikhtisar", diakses pada Tanggal 6 juni 2014 dari : <http://id.wikipedia.org/wiki/McDonald's>.
- Mufidah, Nur Lailatul. 2012. Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Unair BioKultur*. (Vol. 1 No.2 Juli – Desember 2012).
- Nurhayati, Risky. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Yogyakarta*.
- Nurhayati dan Murti, Wijaya. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk ponsel (Handphone) di Semarang, *Laporan Penelitian Universitas Muhamadiyah Semarang*. Tidak dipublikasikan.

- Parvez, Noorjahan. 2009. Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*. (Vol. 29 No. 1 January-April 2009).
- Simamora, B. 2006. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Woodside, A.G., Frey, L.D. & Daly, R.T. (1989) Linking service quality, customer satisfaction, and behaviour intentions, *Journal of Health Care Marketing*, 9, pp. 4- 17.
- Zeithaml, V. (1981) "How consumers' evaluation process differ between goods and services." In : C. Lovelock (Ed) *Service Marketing*, Eaglewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.