

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Cetakan ke IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, Ajeng, P. 2007. *Celebrity Endorser, Typical-Person Endorser Iklan Televisi dan Brand Image Produk*(Studi Kasus Pada Pond's Age Miracle). Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung.
- Hardiawan, Febra dan Imam Mahdi. 2005. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Konsumen terhadap Sebuah Merek Rokok*(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta).Fokus Manajerial, Vol. 3, No. 1.
- Hatch, E dan Farhady, H., 1981. *Research Design and Statistic For Applied Linguistic*. Tehran: Rahnama Publication.
- Ika,Ardiani S, Lulus Prapti dan Lilik Kurniawan. 2011.*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen* (Studi Kasus pada PT. Honda Semarang Center) , Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Kotler, Philip.1993.*Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*.Jakarta: FE. Universitas Indonesia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan Control*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, alih bahasa oleh

Hendra Teguh S.E.,A.K., dan Ronny A. Rusli, S.E. Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1996.*Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi V, jilid 2.Jakarta: Intermedia.

Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8.Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, dan Amstrong. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Bambang Sarwiji. Edisi Sembilan. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip & G Amstrong. 2004.*Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Sepuluh, jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 12.Jakarta: P.T. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Lamidi. 2012. *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Perceived Price, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi.

Mowen, J. C., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Rao, Purba. 1996. *Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis*,
The Asian Manager, February-March.
- Singgih, Santoso. 2002. *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media
Komoutindo.
- Shu-pei Tsai, 2005. *Utility, Cultural Symbolism and Emotion: A Comprehensive
Model of Brand Purchase Value*. International Journal of Research
Marketing – ELSEVIER, Volume 2, p. 277 – 291.
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*.
Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Menaikkan
Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Sweeney, J.C; G.N. Soutar, dan L.W. Johnson (1999), *The Role of Perceived Risk
in the Quality-value Relationship: a Study in a Retail Environment*,
Journal of Retailing, Vol. 75, No.1: 77–105.
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta :Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. . Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media

- Wahyudi, Tri & Yopa Eka Prawtya. 2012. *Analisis pengaruh Marketing Mix terhadap kepuasan konsumen Sepeda Motor*. Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura
- Wilopo, Tjahyo H. 2007. *Jurus Jitu Membangun Merek untuk UKM*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Zeithaml, Valarie. 1988. *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model And Synthesis of Evidence*. Journal of Marketing, Vol. 52, No 3, pp. 2-22.
- Zeithaml, Valarie A. And Mary Jo, Bitner. 2001. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Third Edition. North America.