

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama, Jakarta.
- Agneskurniawan. 2007. “*Integrated Marketing Communication*” *Simpati, Mentari dan XL Bebas Untuk Membangun Brand Equity*. [on-line]. (<http://agneskurniawan.wordpress.com/2007>).
- Cote, Joseph A & Giese, Joan L. 2000.”*Defining Consumer Satisfaction. Journal of Marketing*”. Vol.2000. No. 1. (<http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>).
- Ferdinand, Augusty T.,2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi*, BP Undip, Semarang.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. *Atribut Produk yng dipertimbangkan dalm Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. [on-line] (<http://www.petra.ac.id/puslit/journal/request.php?PublishedID=MAN05070203>).
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*, BP UNDIP, Semarang.
- Giddens, Nancy & Hofmann, Amanda. 2002. Brand Loyalty. [on-line] (<http://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm>)
- Gommans, Marcel, Krishnan, Krish & Scheffold Katrin B. 2001. “*From Brand Loyalty to E-Loyalty: a Conceptual Framework. Journal of Economic and Social Research*”, 3(1) 2001, 43-58. (<http://jesr.journal.fatih.edu.tr/introduction%20special%issuemay07.doc>).
- Griffin, Jill, (2005), “*Cuctomer Loyalty*”, *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.

- Halstead Diane, David Hartman, and Sandra L. Schmidt. 1994. “*Multisource Effects on the Satisfaction Formation Process.*” *Journal of the Academy of Marketing Science* 22 (Spring): 114-129.
- Ismiani, N. 2002, *Citra Utuh Sebuah Merek*. CAKRAM Komunikasi.
- Keegan, Warren J dan McDonald, Malcom H.B. 2002, “*Marketing Plans That Work*” (*Kiat Pertumbuhan dan Profitabilitas Melalui Perencanaan yang Efektif*), Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid I, II, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan G Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 8, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I ed.12, PT. Indeks, Jakarta.
- Kumar, S. Ramesh. 2002. “*Brand loyalty as a strategy*”, ([www.hinduonnet.com/thehindu/thscrip](http://www.hinduonnet.com/thehindu/thscrip)).
- Loudon, David L & Della Bitta, Albert J. 1993. “*Consumer Behaviour (fourth edition)*”. McGraw Hill, New York.
- Mahe. (2007). *Pengaruh Penempatan (positioning) Produk terhadap Citra Produk (Studi Pengguna kartu Simpati di Kota Blitar)*. [on-line] (<http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi/manajemen/pengaruh-penempatan-positioning-produk-terhadapa-citra-produk-studi>).
- Mowen, John,C & Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid II* (Edisi bahasa Indonesia). Jakarta:Erlangga.
- Mulyanto, H. K. 2008. *Analisis loyalitas pengguna kartu gsm Prabayar terhadap persaingan kartu gsm Prabayar melalui perang tarif*. [on-line] (<http://elibrary.mb.ipb.ac.id/gdl.php?mod=browse7op=read7id=mbipb-s1232421421421412-hennykusum-657>)

- Oliver, R. 1999. "Whence Consumer Loyalty?". *Journal of Marketing*, 63(Special Issue) : 33-44.
- Paliati, Alida. 2004. *Pengaruh Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah etnik Bugis*. *Jurnal Ekonomi*. Vol.1, No.2, Maret 2004.
- Parasuraman, A, 1998, "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, p.12-40.
- Pramono, A & Rusdiansyah, A. 2008. *Analisa Pola Penggunaan kartu Prabayar Telepon untuk Konsumen Mahasiswa dengan Metoda Markov Chain*. [online] (<http://mmt.its.ac.id/library/wp-content/uploads/2008/12/28-aris-pramono.pdf>)
- Ribhan. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Switching pada pengguna SIM card di Fakultas Ekonomi Lampung* *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol.3.No.1. September, 2006.
- Schiffman, Leon G & Kanuk, Leslie L. 1994. "Consumer Behavior (fifth edition)". New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G & Kanuk, Leslie L. 2004. "Consumer Behavior (eight edition)". New Jersey: Prentice Hall.
- Selnes, Fred, 1993, "An Examination of The Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing* 27(9), 19-35.
- Simamora, Bilson. 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Aura Merek (7 Langkah Membangun Merek yang Kuat)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Soderlund, M. 1998, "Customer satisfaction and its consequences on customer behavior revisited", *International Journal of Services Industries Management*, Vol.9, No.2, pp. 169-188.
- Sugiyono. 1999. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.

- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2008. *Stastistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Stanton, W.J. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Stanton, W.J. 1994. *Prinsip Pemasaran I*. Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu DH. 1984, *Azas-azas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Swasta, Basu, dan Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* ed.1, BPFE, Yogyakarta.
- Tereence A. Shimp 2003, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Kelima, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono. 2005. “*Services, Quality and Satisfaction*”. Yogyakarta: Penebit ANDI.
- Wiharto, Bambang, 2002, *Peran Mekanisme Agensi, Kepercayaan dan Komitmen dalam Membangun Nilai dan Loyalitas Pelanggan: Perpektif Pemasaran Jasa Regional*, Disertai Pascasarjana Ilmu Manajemen Universitas Indonesia.
- Winardi, (2002), *Promosi dan Reklame*, Mandar Maju, Bandung.
- Zeithaml, Valerie, A. 1988. “*Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value : A Means – End Model and Synthesis of Evidence*”. Journal of Marketing. Vol. 52,p 2-22.

[www.bisnisukm.com](http://www.bisnisukm.com)

[www.indosat.com](http://www.indosat.com)

[www.informasi-media.blogspot.indosat-tbk.html](http://www.informasi-media.blogspot.indosat-tbk.html)