

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Simon P, Goeree, Jacob K, Ramer, Roald. 1997. *Location, Location, Location*. Journal of Economic Theory.
- Ariyastuti, Triwahyuni. 2002. Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Persepsi Konsumen dalam Minat Beli Shampoo Kao Feather. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Aryani,D.,dan Rosinta,F.(2010).Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.*Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*,17(2) Mei-Agustus, hal. 114-126.
- Cooper R. G and E. J kleinschmidt (1987), “*What Makes a New Product a Winner: Success Factors at The Project Level*”, R & D Management, 175-189.
- Engel, James F. Roger D. Blackwell and Paul W. Minard (1993). *Consumer Behavior*. 6<sup>th</sup> edition. New York: Dryden Press.
- Frank, G., Kristof, G., Maggie, G., dan Bert, W. (2011). Increasing Choice Satisfaction Through Goal-Based Labeling.Springer Science. *Springer Science + Business media*, 23(1), hal.119-136.
- Hendra, T., dan Ronny,A.R (2000) *Blog Kabar Pendidikan*, diakses dari <http://www.majalahpendidikan.com/2011/10/pengertian-bauran-produk.html> pada tanggal 16 Januari 2013.
- Jogiyanto.(2007).*Metodologi Penelitian Bisnis*.Penerbit BPFYogyakarta.
- Kaveh, M. (2011). Role of Trust in Explaining Repurchase Intention. *African Journal of Business Management*, 6 (14) April, hal. 5014-5025.
- Kotler,P., dan Armstrong Gary.(2008).*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi Keduabelas. Penerbit Erlangga,Jakarta.
- Kotler,P., dan Keller Kevin.(2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas, PT Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.

- Lupiyoadi,R.(2001).Manajemen Pemasaran Jasa :Teori Dan Praktik.  
Edisi Pertama,Penerbit Salemba Empat,Jakarta.
- Marzuki.(1977).*Metodologi Riset*.Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.Yogyakarta.
- Mittal, V., and Kamakura, W.A.(2001).Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics.*Journal of Marketing Research*, Vol. XXXVIII, February, hal. 131-142.
- M.N. Nasution.2005.Manajemen Mutu Terpadu .Edisi Kedua,Penerbit Ghalia Indonesia.
- Mochammad, I., Gatot,I., Djoko, D.K. (2011).*Pengaruh Persepsi Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Gudang Garam Surya Professional Mild*. Studi Mahasiswa, Program sarjana Manajemen Universitas Negri: Malang.
- Mullins, J.W., Walker, Jr., O.C., and Boyd, Jr., H.W. (2008). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 6<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Musanto,Trisno.(2004).Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan:Studi Kasus pada CV.Sarana Media Advertising Surabaya.*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2) September, hal.123-136.
- Narbuko,C.,dan Achmadi,H.A.(2001).*Metodologi Penelitian*. Edisi Ketiga, Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Rahayu, Sri (2005). *SPSS Versi 12.00 Dalam riset pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Saladin,Djaslim.(2002).*ManajemenPemasaran:Analisis,Perencanaan,Pelaksanaan, dan Pengendalian*.Penerbit Linda Karya.Bandung.
- Stock, R.M. (2011). How Does Product Program Innovativeness Affect Customer Satisfaction? A Comparison of Goods and Services. *Journal of the Academic Marketing Science*, 39(1), hal. 813-827.
- Sugiyono.(2009).*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto.(2005).*Metode Riset Bisnis*.Penerbit Andi .Yogyakarta.
- Sumani. (2006).Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar IM3 (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen di Mojokerto).Fakultas Ekonomi Universitas Jember,5,Th.XXVI,hal.27.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Vargo, S. L., Nagao, K., He, Y., and Morgan, F.W. (2007). Satisfiers, Dissatisfiers, Criticals, and Neutrals: A Review of Their Relative Effects on Customer (Dis)Satisfaction. *Academy of Marketing Science*, 11 (2), hal. 1-19.

“Starbucks: dari wikipedia bahasa indonesia, ensiklopedia bebas” (<http://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks>). Starbucks Corporation. 17 Maret 2013. <http://id.wikipedia.org/wiki/starbucks>. Diakses pada 17 Maret 2013.

[www.starbucks.co.id](http://www.starbucks.co.id)