

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, (2001), *Consumer behaviour and Marketing Action*, 6 th ed.,Thompson, NY. USA
- Berman Barry and Joel. R. Evans. (1989). *Retail Management: A Strategic Approach*. Fifth Edition. Macmillan. New York.
- Darley, K, William Su Lim, Jeen. (1999). *Effect of Store Image and Attitude Toward Seconhand Stores on Shopping Frequency and Distance Traveled*. International Ujrnal of Retail and Distribution Management, 27/8, pp311-318
- Engel, F. James, D Blackwell, Miniard, W, Paul, *Consumer Behaviour* 8th Edition. Dryden Press, Horcout Brace College Publisher.
- Fuad, M, Cristin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus. (2001). *Pengantar Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Foster, Bob. (2008). *Manajemen Ritel*. PT Alfabeta, CV, Bandung.
- Ferliana, Vinna. (2009). *Analisis Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Shampoo Sunsilk*. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Griffin, Jill. (2002). *Consumer Loyalty How To Earn it, How To Keep it*. Mc Graw Hill, Kentucky.
- Hair, Jr., *et al.*, (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition, NJ: Prentice Hall International, Inc.
- Hasan, Iqbal. (2004). *Analisis data penelitian dengan statistic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, PT Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kotler Philip., Amstrong, Garry, and Geoffrey. (2006). *Marketing:An Introduction*, Pearson/Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler Philip, and Amstrong, Garry. (2004). *Principle of Marketing*, 10th Edition, Prentice Hall Upper Sadle River, New Jersey.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. (Diterjemahkan Oleh: Drs. Benyamin Molan). PT.INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta
- Lamb, Hair, Mc Daniel. (2001). *Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. (2006). *Pemasaran Ritel*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K., (2004). *Marketing research – An Applied Orientations*. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Mowen, John C., Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Edisi 5, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Nazir, Mohammad, Ph, D (1998). *Metode Penelitian*, Galia Indonesia. Jakarta
- Nazir, Mohammad, Ph, D (1999). *Metode Penelitian*, Galia Indonesia. Jakarta
- Olson, C. Jerry, Peter, Paul J. (1999). *Consumer Behaviour, and Marketing Strategy*, Mc Graw Hill International Edition.
- Rahayu, Sri. (2005). *Aplikasi SPSS Versi 12.00 dalam Riset Pemasaran*. Alfabeta, CV.Bandung.
- Ronald E. Wallpole (1995). *Pengantar Statistika*. Edisi 3, PT Gramedia, Jakarta.
- Saladin, Djaslim. (2006). *Intisari Pemasaran Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda karya.
- Sekaran Uma, 2003, *Research Method For Bussines, Third Edition*, John Wiley and Sons Inc, US America.
- Simamora, Henry, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit YKPN Yogyakarta.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran, Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sopiah, Syihabudin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*, PT ANDI, Yogyakarta.

- Stanton, Wiliam J., et. al. (1995). *Fundamentals of Marketing*, 10th Edition, Mc Graw-Hill International, Singapore.
- Statistika, Tim Dosen. (2009). *Modul Statistika 1: Statistika Deskriptif*. Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Keenam*, Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Wibisono, Dermawan. (2000). *Riset Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?submit.x=18&submit.y=20&submit=prev&page=8&qual=high&submitval=prev&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Fmpar%2F2006%2Fjiunkpe-ns-s1-2006-35402092-4537-brand_image-chapter2.pdf pada tanggal 5 maret 2009
- http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=2&submit.x=8&submit.y=11&submit=next&qual=high&submitval=next&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Feman%2F2005%2Fjiunkpe-ns-s1-2005-31401078-7760-matahari_card-chapter2.pdf pada tanggal 8 april 2009
- <http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/eman/2002/jiunkpe-ns-s1-2002-31498058-819-aqua-chapter2.pdf> pada tanggal 10 april 2009
- <http://dspace.widyatama.ac.id/> pada tanggal 5 maret 2009
- <http://www.sinarharapan.co.id/berita/eko10.html> pada tanggal 6 maret 2009
- <http://www.bisnis.com/> pada tanggal 4 maret 2009
- <http://klik-galamedia.com/indexedisi.php?id=20090107&wartakode=20090107060950> pada tanggal 4 maret 2009
- [http://www.ryan-lordy.blogspot.com-manajemen resiko](http://www.ryan-lordy.blogspot.com-manajemen_resiko), September 2008 pada tanggal 4 maret 2009

<http://massofa.wordpress.com/2008/02/02/perilaku-konsumen/> pada tanggal 5 maret 2009

<http://ryan-lordy.blogspot.com/2008/09/circle-k.html> pada tanggal 2 april 2009

<http://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=k&id=76711> pada tanggal 5 maret 2009

<http://chinmi.wordpress.com/2007/07/31/arti-definisi-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/> pada tanggal 4 maret 2009

<http://iswekon.wordpress.com/2009/01/24/persaingan-ritel-tradisional-vs-ritel-modern/> pada tanggal 3 april 2009

www.depdag.go.id/download.php?file=./files/publikasi/berita_menteri_perdagangan/2007/2007012506.pdf pada tanggal 6 maret 2009

iklan.dunia.web.id/jasa/konsultan/402/10796/KONSULTAN-BISNIS-RITEL-MODEREN-JARINGAN-DAN-NON-JARINGAN.html pada tanggal 6 maret 2009

<http://organisasi.org/arti-definisi-pengertian-pemasaran-fungsi-pemasaran-marketing-ilmu-manajemen-pemasaran> pada tanggal 6 april 2009

http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/eman/2005/jiunkpe-ns-s1-2005-31401157-2659-carrefour_giant-chapter1.pdf pada tanggal 3 juni 2009

<http://acunkwokai.blogspot.com/> pada tanggal 9 april 2009

<http://consumerbehaviour.blogspot.com/> pada tanggal 1 mei 2009

wardoyo.staff.gunadarma.ac.id/.../PROPOSAL+Keputusan+membeli.pdf pada tanggal 9 april 2009