

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A. David. (1996). *Manajemen Equitas Merek*. Jakarta: Spectrum Mitra Utama.
- Ardisa, Alodia. (2013). Pengaruh Salesperson Customer Orientation Terhadap Sales Performance: Sikap dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Skripsi Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung (tidak dipublikasikan).
- Ardiansyah, Ridwan. (2013). Kekecewaan Konsumen yang Diungkapkan ke Media Cetak. Diakses dari <https://cochochipuenak.wordpress.com/2010/10/20/kekecewaan-konsumen-yang-diungkapkan-ke-media-cetak/> pada tanggal 19 Desember 2014.
- Atkinson, R.L, Atkinson, R.C, Hilgard, E.R. (1991). *Penghantar Psikologi* (Edisi 8). Erlangga: Jakarta.
- Apipudin. (2014). Menghitung *Level of Loyalty* dengan Data *Top Brand*. Diakses dari <http://www.frontier.co.id/menghitung-level-of-loyalty-dengan-data-top-brand.html> pada tanggal 22 Desember 2014.
- Bloemer, J., & Kasper, H. (1995). "The Complex Relationship between Consumer Satisfaction and Brand loyalty". *Journal of Economic Psychology*, Vol.16, No. 2, hal.311-29.
- Cronin, J. J. Jr., M. K. Brady and G. T. Hult (2000). Assessing the Effect of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Encounters. *Jurnal Pemasaran*, hal 56, 55-68.
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Psikologi Lengkap*, PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Cronin, J.J., and Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination And Extension, *Journal Of Marketing*, Vol.56:55-68.
- Dabholkar, P.C., Shepherd, D., dan Thorpe, D.I. (2000). A Comprehensive Framework for Service Quality: An Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues Through a Longitudinal Study. *Journal of Retailing* 76 (2): 139-73.
- Filedman, Robert S. (1999). *Understanding Psychology*, McGrow Hill College, Singapore.
- Garvin, Prof. David. (1988). *Managing Quality: The Strategic and Competitive Edg*.
- Griffin, Jill. (2005). *Costumer Loyalty*, edisi revisi. Jakarta: Erlangga, Kotler (2000:429)
- Griffim, Jill. (2007). *Loyalty*, Edisi Revisi dan Terbaru, Erlangga, Jakarta.
- Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.

- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, ALFABETA: Bandung.
- Johnson, P. E., S. Grazioli, K. Jamal and G. Berryman. (2001). Detecting Deception: Adversarial Problem Solving in a Low Base Rate World, *Cognitive Science* page 25, 355–392.
- Keaveney, Susan, M. (1995). *Customer Switching Behaviour In Service Industries: An Exploratory Study*, *Journal Marketing* Vol. 59. Diakses dari <http://artikel-manajemen.blogspot.com/2009/06/faktor-faktor-penyebab-berpindahnya.html> pada tanggal 22 Desember 2014.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kellerm (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedua Belas, Indeks, Jakarta.
- Magdalena, Nonie. (2005). Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan. Tesis Program Studi Manajemen, Jurusan Ilmu Ilmu Sosial, Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta (tidak dipublikasikan).
- Morgan, Patrick. (1987). *Theories and Approach Total Politics*. Virrpress: England.
- Nasution. (2005). *Total Quality Management*, PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Oliver, R. L. and W. S. Desarbo. (1988). Response Determinants in Satisfaction Judgments, *Journal of Consumer Research* 14, 495–507.
- Palilati, Alida. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Pitoyo, Arif. (2014). 78 Persen Konsumen Online Kecewa Terhadap Produk Belanjaannya. Diakses dari <http://www.merdeka.com/teknologi/78-persen-pembeli-online-kecewa-pada-produk-belanjaannya.html> pada tanggal 20 Desember 2014.
- Ries, Al; Trout, Jack. (1987). *The 22 Immutable Laws of Marketing*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- Riduan. (2003). Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian, Cetakan Kedua, Alfabeta, Bandung.
- Roman, Sergio. (2010). Relational Consequences of Perceived Deception in Online Shopping: The Moderating Roles of Type of Product, Consumer’s Attitud Toward the Internet and Consumer’s Demographics, *Journal of Business Ethics* 95: 373-391.
- Simamora, Bilson. (2008). Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Soegoto, Agus Supandi. (2013). Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* Vol 1. No.3.
- Sobur, Alex.(2003). *Psikologi Umum*, Pustaka Setia, Bandung.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. (2005). Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran. Edisi Pertama. Bogor, Penerbit Ghalia, Indonesia.
- Tharik, Rahman. (2012). Analisis Sikap Masyarakat Terhadap Internet Sebagai Media Informasi dan Promosi. Diakses dari <http://www.scribd.com/doc/147124015/Analisis-Sikap-Masyarakat-Terhadap-Internet-Sebagai-Media-Informasi-dan-Promosi> pada tanggal 25 Oktober 2014.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Andi, Yogyakarta.
- Yohanes, Suhari; Rara, Sri Artati Redjeki; dan Widiyanto, Tri Handoko. (2012). Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas). *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* Volume 17, No.1.
- Tunggal, Amin Widjaja. (2008). *Memahami Economic Value Added*. Harvando, Jakarta.
- Van Trijp, Hans C.M.; Wayne D. Hoyer dan Jeffrey Inman,1996, "Why Switching Product Category-Level Explanatory for True Variety- Seeking Behavior", *Journal of Marketing Research*, August.
- Zeithaml, V.E & M.J. Bitner. (2003). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 3rd Ed. Boston: McGraw – Hill/Irwin