

DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. S., West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Aladin, Riadi Arief. Reno 2008. “*Hubungan Perceived Quality dan Brand Loyalty Merek Imitasi (Studi Kasus : Merek Crocodile dan Merek Lacoste)*”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Anderson, E.W., Mittal, V. (2000). *Strengthening the satisfaction-profit chain*. Journal of Service Research, 3, 107-120.
- Anderson, E.W., Sullivan, M.W. (1993). *The antecedents and consequences of customer satisfaction for the firms*. Marketing Science, 12, 125-143.
- Arifin, L. S. 2008. “*Pengaruh Perceived Value terhadap Niat Beli Konsumen.*” (Studi Kasus: Produk Giordano). Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Ghozali, Imam., 2005. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giduanni, Graine 2007. “*Analisis Pengaruh Price, Store Image, Intensity of Marketing Activities, dan Price Deals Pada Citra Merek Produk Coca Cola*”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R. L., and Black, W.C. 1998. “*Multivariate Data Analysis*”. 5th ed. New Jersey: Upper Saddle River, Prentice Hall.inc.
- Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, P., Amstrong, G. 1997. “*Dasar-Dasar Pemasaran*”. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall, Prehalindo.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny Rusli, Edisi Revisi, Jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. “*Manajemen Pemasaran*”. Dialihbahasakan oleh Molan, B Edisi 11. Jakarta: Prentice Hall, Prehallindo.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jilid Kesatu dan Kedua, PT. Prenhalindo, Jakarta.

- Kotler, P., & Keller, K. 2006. *“Marketing Management”*. 12th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Magdalena, Nonie., 2005. *“Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan”*. Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada (tidak dipublikasikan).
- Nugroho, B. Agung., 2005. *“Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS”*. Yogyakarta : Andi.
- Nugraha, Berlian., 2006. *“Hubungan Kualitas Pelayanan GeraiHALO TELKOMSEL Dengan Loyalitas Pelanggan kartuHALO”*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama (tidak dipublikasikan).
- Oktaviani, Linda 2006. *“Pengelompokan Motivasi Berbelanja Pelanggan Bandung Trade Center Di Bandung”*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Oliver, R. (1993). *Cognitive, affective and attribute bases of the satisfaction response*. *Journal of Consumer Research*, 20, 418-430.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence customer loyalty?* *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Permadi., 2008. *“Pengaruh Brand Trust dan Brand Affect pada Brand Performance: Brand Loyalty sebagai Faktor Mediasi.” (Studi Kasus: Coffee Shop Starbucks)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Peter, J. P., dan Olson, J.C. 2000. *“Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”*. dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA.. Edisi 4. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- R.Spiegel, Murray 1992, *“Seri Buku Schaum: Teori dan Soal-soal”*. Diterjemahkan oleh Susila,I dan Gunawan,E, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Reichheld, F.F. (1996). *Learning from customer defections*. *Harvard Business Review*, 74, 56-67.
- Tijptono, Fandy., Yanto Chandra, Anastasia Diana 2004. *“Marketing Scale”*. edisi satu, Yogyakarta : Andi.
- Triatmono Rudi 2009. *“Data Penjualan Motor Nasional 2009”* URL : <file:///C:/Documents%20and%20Settings/root/My%20Documents/honda/Data%20Penjualan%20Motor%20Nasional%202009%20%C2%AB%20Rudi%20Triatmono%20Personal%20Blogs.htm>.

- Yang, Z., Peterson, R.T., Cai, S. (2003). *Service quality dimensions of Internet purchasing: An exploratory analysis*. *Journal of Service Marketing*, 17, 685-698.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., Parasuraman, A. (1996). *The behavioral consequences of service quality*. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Malhotra, A. (2002). *Service quality delivery through Web sites : A critical review of extant knowledge*. *Journal of the Academic of Marketing Science*, 30, 362-375.