

DAFTAR PUSTAKA

- Aplikasi Manajemen Data*. (2013-2015). Retrieved September 9, 2016, from Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat: <http://pusdalisbang.jabarprov.go.id>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, P. D., & Sudarsono, J. (n.d.). Peran Citra Merek dan Negara Asal Produk Dalam Hubungan Kausal Antara Kualitas Produk dan Kesiediaan Pengguna Untuk Melakukan Komunikasi Getok-Tular. 5-6.
- Arikunto, S. (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- KA, E. B. (2015, Desember 16). *2 Jenis Peluang Usaha di Bandung Paling Prospektif*. Retrieved Desember 9, 2016, from Wirabisnis: <http://wirabisnis.com/2-jenis-peluang-usaha-di-bandung-paling-prospektif.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Cetakan Ketiga Belas)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management -14/E*. Harlow: 2012.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management: Horizon Edition, -14E*. London: Pearson.
- Krisno, D., & Samuel, H. (2013). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 4.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: 2006.
- Moenir, A. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Aksara.

- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahab, Handayani, S. R., & Nawarini, A. T. (2015). Peran Perceived Value dan Kepuasan Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pengguna Kartu Seluler. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 78.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, S. (2004). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2014). *Cara Operasi dan Prosedur Analisis*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, -6E*. New York: 2013.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Edisi 5, Research Method For Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley @ Sons.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif & RND)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2010). *Pemasaran strategik: perspektif value-based marketing & pengukuran kinerja*. Bogor: Ipb press.
- Sunyoto, D. (2011). *Statistik Deskriptif untuk Ekonomi*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. (2010). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suwardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 52.
- Tedjakusuma, R., Hartini, & Muryani, S. (2003). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Thamrin, & Francis. (2013). *Manajemen Pemasaran cet II*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tiara, Naomi Gita; Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Nilai Pelanggan Javana Bistro Bandung. *Marketing Manajement*, 17.
- Tjiptono, F. (2015). *Pelanggan puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, & Gregorious. (2012). *Pemasaran Strategik (edisi-2)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorious, Adriana, & Dadi. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyudi, I. (2015). Analisis Faktor Dominan Celebrity Endorser Yang Membentuk Brand Image Garnier Facial Wash Fruit Energy. *Manajemen Distribusi*, 40.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: McGraw Hill.
- Zikmund, Babin, Carr, & Griffin. (2010). *Business Research Methods, 9th edition*. Australia: South-Western Cengage Learning.

