

## DAFTAR PUSTAKA

### I. REFERENSI BUKU

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- C. Walker, JR, Orville, John W. Mullins, and Jean-Claude Larréché. (2008). *Marketing Strategy 6<sup>th</sup> Edition*. New York : McGraw Hill.
- Cooper, Donald R & Pamela S, Schindler. (2008). *Business Research Methods* (10<sup>th</sup> ed.) New York : McGraw Hill.
- Ghauri, Perves & Kjell, Grønhaug. (2002). *Research Methods in Business Studies a Practical Guide* (2<sup>nd</sup> ed.) New Jerrsey : Prentice Hall.
- Hawkins, Del I and David L. Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York : McGraw Hill.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 & 2 (Edisi Keduabelas)*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa. Terj, Ir. Agus Widyantoro dan Drs. Marianto Samosir*. Jakarta : PT Indeks.
- Saunders, Mark., Philip, Lewis., & Adrian, Thornhill. (2009). *Research Methods for Business Students* (5<sup>th</sup> ed.) New Jerrsey : Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2006). *Metode penelitian untuk Bisnis Buku 1& 2 (edisi 4)*. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.

Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Zeithaml, Valarie A., et al. (2006). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (4<sup>th</sup> ed.) New York : McGraw Hill.

Zikmund, William G., et al. (2010). *Business Research Methods* (8<sup>th</sup> ed.) Canada : South Western Cengage Learning.

## **II. REFERENSI LAIN**

### **2.1 JURNAL**

Agyl Satrio Hutomo. (2006). *Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi*, 1-8. *Jurnal Indonesia Evaluasi Kepuasan Pelanggan*.

Azis Slamet Wiyono & M. Wahyuddin. (2005). *Studi Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten*, 1-12. *Jurnal Indonesia Evaluasi Kepuasan Pelanggan*.

Begoña Alvarez & Rodolfo Vázquez Casielles. (2005). Consumer Evaluations of Sales Promotion. *The Effect on Brand Choice*, 39(1/2), 54-70. Retrieved from *European Journal of Marketing*.

Beng Soo Ong, Foo Nin Ho, & Carolyn Tripp. (2002). Consumer Perceptions of Bonus Packs. *An Exploratory Analysis*, 14(2), 102-112. Retrieved from *Journal of Consumer Marketing*.

Chu Mei Liu. (2002). The Effects of Promotional Activities on Brand Decision in the Cellular Telephone Industry. *Brands, Decision*

*Making, Sales Promotion, & Telecommunications Industry*, 11(1), 42-49. Retrieved from Journal of Product & Brand Management.

Hatane Samuel & Foedjiawati. (2004). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)*, 1-9. Jurnal Indonesia Evaluasi Kepuasan Pelanggan.

Marijin Janssen & Henk G. Sol. (2000). Evaluating the Role of Intermediaries in the Electronic Value Chain. *Intermediaries, E-commerce, Value Chain, Model, & Modelling*, 10(5), 406-417. Retrieved from Electronic Networking Applications & Policy Journals Database.

Nur Achmad. (2005). *Analisis Simultan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Grapari Telkomsel di Surakarta*, 1-15. Jurnal Indonesia Evaluasi Kepuasan Pelanggan.

Silvester Kuku. (2007). *Pengaruh Variabel Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya)*, 1-14. Jurnal Indonesia Evaluasi Kepuasan Pelanggan.

Simon Kwok & Mark Uncles. (2005). Sales Promotion Effectiveness. *The Impact of Consumer Differences at an Ethnic Group Level*, 14(3), 170-186. Retrieved from Journal of Product & Brand Management.

## **2.2 KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Astiti, Puji. (2009). *Evaluasi Sumber Daya Perusahaan untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi (Studi Kasus Maika Etnik di Cimahi)*. Skripsi S-1 pada Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Halimawan, Alam Akbar. (2010). *Pengaruh Promosi Penjualan Paket Layanan Speedy Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Wilayah Bandung Utara Tahun 2010 (Studi Kasus Mahasiswa IM Telkom, UPI, Unpas, dan Sekolah Tinggi Pariwisata)*. Skripsi S-1 pada Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Mubarakah, Syarifatunnisa. (2008). *Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Keputusan Pembelian Esia di Bandung Tahun 2008*. Skripsi S-1 pada Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Sherlihadi, Lidya. (2007). *Evaluasi Kepuasan Berlangganan Jasa Telepon Berteknologi CDMA Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Bandung Tahun 2006*. Skripsi S-1 pada Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Sulistyo, Feby. (2005). *Evaluasi Bauran Pemasaran Flexi Trendy Berdasarkan Persepsi Pelanggan- Non Pelanggan Sebagai Masukan Reformulasi Kebijakan Bauran Pemasaran Flexi Trendy (Studi Kasus : DIVRE II Tahun 2004)*. Skripsi S-1 pada Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

Zumara, Yuri Fathia. (2005). *Studi Pemetaan Persepsi Konsumen Terhadap Positioning Operator Fixed Wireless Access di Jakarta Tahun 2005*. Skripsi S-1 pada Institut Manajemen Telkom Bandung: tidak diterbitkan.

### **2.3 WEBSITES**

[www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com), diakses 05/03/2011

<http://www.telkomsel.com/product/telkomsel-flash>, diakses 05/03/2011

[www.pdfarticles.com](http://www.pdfarticles.com), diakses 13/03/2011

[www.detikinet.com](http://www.detikinet.com), diakses 13/03/2011

[www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com), diakses 13/03/2011

[http://eprints.undip.ac.id/1131/1/Statistik\\_3.PDF](http://eprints.undip.ac.id/1131/1/Statistik_3.PDF), diakses 10/02/2012

<http://www.kamusbesar.com/15376/interpretasi>, diakses 10/02/2012