DAFTAR PUSTAKA

Alhusin, Syahril, 2003. Aplikasi Statistik dengan SPSS *For Windows*, Graha Ilmu:Yogyakarta

Agus Sulastiyono, 2006, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Ali Hasan. 2008. Marketing. Media Utama, Yogyakarta.

Ali Kara. 2005, Journal of small business management 43 (2), 105-118.

Barnes, James G., (2003). Secrets Of Customer Relationship Management, ANDI, Yogyakarta.

Buchari Alma. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV Alvabeta: Bandung.

Butz, H. & Goodstein, 1996, Measuring Customer Value: Gaining the Strategic Advantage, New York ; McGraw Hill.

Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto, 2011, Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulsif Buying Behavior Masyarakat High Income

Fandy, Tjiptono,(2011), Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.

Gale dkk, 2004. Rencana Asuhan Keperawatan Onkologi. Penerbit Buku Kedokteran, EGC, Jakarta

Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih bahasa : Dwi Kartini Yahya dan kawan kawan. Erlangga, Jakarta.

Indriyo Gitosudarmo dan Basri. (2008). Manajemen keuangan, edisi 4,. BPFE Yogyakarta.

Jeni Raharjani, 2006. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Swalayan Sebagai Tempat Belanja. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi. Volume 2 Nomor 1 Januari Hal 15.

J. Supranto, 2005, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Jakarta, Rineka Cipta

Kotler dan Amstrong. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran terj :Bob Sabran, Edisi 13 jilid 1 dan 2 , penerbit Erlangga

Lamb, Charles W, Hair,Joseph F, dan McDaniel, Carl,Pemasaran, Buku Satu,Pewnerbit Salemba Empat, Jakrata, 2001.

Mowen dan Minor.Perilaku Konsumen,Penerbit Erlangga,Yakarta,2002.

Palilati, Alida. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. Jurnal Ekonomi Manajemen. Kendari, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.

Schiffman & Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta : Prentice Hall

Saladin, Djaslim, (2007), Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian, Edisi Keempat, CV Linda Karya, Bandung.

Seligman, E. P. M., & Peterson, C. (2004). Character Strengths and Virtues, A Handbook and Classification. American Psychological Association. New York : Oxford University Press.

Sweeney, J. C., Hausknecht, D., & Soutar, G. N. (2000). Cognitive Dissonance After Purchase: A Multidimensional Scale. Journal of Psychology & Marketing, 17(5): 369 – 385

Wahyono. 2002. *Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.1, No.1, Mei*. Semarang.

Yang, Z. dan Peterson, R.T. (2004). Customer Perceived Value,Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs.

Zeithaml, V. A., 1988, Consumer Perception of Price, Quality, and Value: a Means-end Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing, 52, pp. 2-11.

Zeithaml, A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry, 1988, SERVQUAL : A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, 64, pp. 12-23.