

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga. Alma
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, Control*. Ed. 8, New Jersey: Prentice
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Jakarta: PT Indeks
- Lovelock & Mussry. (2010). *Pemasaran. Jasa – Perspektif Indonesia* Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowendan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Parasuraman et al (2006), “*Metode Riset Bisnis*,” Yogyakarta: Andi.
- Pujawan 2010, *Supply Chain Management*. Surabaya: Gunawidya
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Roscoe. (2005). “*Research Methods For Business*”, New York. McGraw Hill.
- Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar. Ekonomi Perusahaan*. Edisi Utama, Universitas Kristen Maranatha: Gramedia Pustaka

Sudjarwo. (2009). *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung: CV. Mandar.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, 2000, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan. Modern*, Jakarta : Liberty.

Tjiptono, 2003, *Strategi Pemasaran*, edisikedua, Andi, Yogyakarta

Tjiptono dan Chandra.2016. “*Consumer Satisfaction and Repurchase. Intentions*”.
Yogyakarta:Journal Of Marketing, Bayero .

William J. Stanton, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisiketujuh, Jakarta: Erlangga

Yesenia dan Edward H Siregar. 2014. “*Pengaruh Kualitas Layanandan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan,*” *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol.5, No.3, Hal 183- 199.

Zeithaml, Valarie A and Bitner. (2000). *Service Marketing 2nd edition: Integrating Customer Focus*. New York.McGraw-Hill Inc.