KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David (1996), *Building Strong Brands*, New York: The Free Press.

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, New York: McGraw-Hills.

Ghozali, Imam, dan Hengky Latan (2014), *Partial Least Square, Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*, Edisi ke-2, Semarang: Badan Penerbit: Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph F, et al (2010), *Multivariate Data Analysis*, International Edition, New Jersey: Prentice-Hall.

Indriyanti (2013), *Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buku di Togamas Jl. Dr. Moewardi 21 Solo*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi ke-14, Global Edition, USA: Pearson.

Kotler, Phillip, dan Kevin L. Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi ke-14, New Jersey: Prentice-Hall.

Mengupas Gaya Hidup di Kedai Kopi Jakarta, diakses 21 Desember 2015, http://forum.idws.id/threads/mengupas-gaya-hidup-di-kedai-kopi-kota-jakarta-bagian-1.510443/.

Peluang Bisnis Kedai Kopi, Bisnis Yang Cocok Untuk Dijajal, diakses 21 Desember 2015, www.wirabisnis.com/peluang-usaha.

Peluang Usaha Yang Menguntungkan Di Jakarta, diakses 21 Desember 2015, www.infopeluangusaha.org.

Pentingnya Bisnis di Era Globalisasi, diakses 21 Desember 2015, www.jatnika310.blogspot.co.id/2010/10/.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Rangkuti, Freddy (2003), *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*, Edisi ke-2, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Raza, Ali, and Zia Rehman (2012), *Impact of Relationship Marketing Tactics on Relationship Quality and Consumer Loyalty: A Case Study of Telecom Sector of Pakistan*, African Journal of Business Management, Vol. 6(14), pp. 5085-5092.

Rezki, Rahmad (2014), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ruko Pada CV. Sinar Jaya Global Steel Padang*, Universitas Tamansiswa, Padang.

Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk (2009), *Consumer Behavior*, Edisi ke-10, New Jersey: Prentice-Hall.

Shareef, M. Akhter., Uma Kumar, and Vinod Kumar (2008), *Role of Different Electronic-Commerce (EC) Quality Factors on Purchase Decision: A Developing Country Perspective*, Journal of Electronic Commerce Research, Vol 9(2), pp 92-113.

Simamora, Bilson (2004), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sitinjak, Tumpal, dan Sugiarto (2006), *Lisrel*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Strategi Pemasaran Yang Handal Dalam Mendapatkan Klien, diakses 21 Desember 2015, www.lidya-charming.blogspot.co.id/2009/11/.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2011), *Service Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset.

Top Brand Award, diakses 21 Desember 2015, www.topbrand-award.com.

Yuniarti, Waode Reny (2014), *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Semen Pada PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep*, Universitas Hasanuddin, Makassar.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.