

## Daftar Pustaka

- Agung, I Gusti Ngurah. (2003). *Statistika Penerapan Metode Analisis Untuk Sempurna dan Tak Sempurna*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. hal 1.
- Boyd, Walker, dan Larrenche. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga. hal 4.
- Chandra, Gregorius. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi. hal 8.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard (terj.) (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara. hal 37.
- Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Bisnis Total Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum. Hal 67
- Istijanto. M.M., M.Com. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum. hal 88.
- Jasfar, Farida. (2002). *Kualitas Jasa dan Hubungannya Dengan Loyalitas Serta Komitmen Konsumen*. Jurnal Siasat Bisnis, No.7 Vol.1. hal 43.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. hal 22.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (1998). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prenhallindo. hal 276.
- Lovelock H C. *Service Marketing*. Second Edition. Prentice Hall. 1991. hal 17.
- Lovelock H. Christoper. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. hal 55.
- Lovelock H. Christoper, Lauren K. Wright. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks Kelompok Media. hal 101.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat. hal 6.
- Mustafa, Zainal. (1995). *Pengantar Statistik Terapan untuk Ekonomi*. Edisi kedua. Yogyakarta: FE UII. hal 89.