

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, S., & Sutanto, T. E. (2015). *Statistika Tanpa Stres*. Jakarta: Transmedia.
- Belch, G., & Belch, M. (2003). *Advertising and Promotion* (6th ed.). New York: The McGraw-Hill Companies.
- Blattberg, R. C., & Neslin, S. A. (1990). *Sales Promotion: Concepts, Methods and Strategies*. Essex: Prentice Hall.
- Blythe, J. (2000). *Marketing Communications*. Essex: Financial Times-Prentice.
- Clow, K., & Baack, D. (2017). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. London: Pearson Education Limited.
- Duncan, T. (2002). *IMC using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, P. (2010). *CRM at the Speed of Light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer*. (4 ed.). New York: McGraw-Hill, Inc.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (Millenium ed.). New Jersey: Prentice Hall Intl, Inc.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Intl.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (12 ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing*. Cambridge: Prentice Hall.
- Kotler, P., Hayes, T., & Bloom, P. N. (2002). *Marketing Professional Service*. New Jersey: Prentice Hall Press.
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research* (5th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Oliver, R. L. (1996). *Satisfaction, A Behavioral Perspective on the Customer*. New York: McGraw Hill.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, a. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2000). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (13th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Jurnal:

Aditia, R. A., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Warunk Upnormal Cabang Buah Batu Bandung. *eProceedings of Management*, 6(1), 1185.

Alvian, M. S., & Bulan, P. (2020). Pengaruh Sales *Promotion* dan Keragaman Produk pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 9(2), 191-200.

Ariska, N., & Wijaksana, T. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung). *eProceedings of Management*, 4(3), 2909.

Pi, W. P., & Huang, H. H. (2011). Effect of *Promotion* on Relationship Quality and Customer Loyalty in the Airline Industry: The Relationship Marketing Approach. *African Journal of Business Management*, 5(11), 4403-4414.

Tung, G.-S., Kuo, C.-J., & Kuo, Y.-T. (2011). *Promotion*, Switching Barries and Loyalty. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(2), 30.

Internet :

<https://ekbis.sindonews.com/berita/1445836/34/ini-lima-sektor-andalan-indonesia-hadapi-era-industri-40>

<https://endeus.tv/artikel/7-fakta-menarik-tentang-chatime-indonesia>

<https://indonesia.chatime.com.tw/>

<https://www.highstreet.co.id/id/proyek/chatime-central-park/>

<https://wartakota.tribunnews.com/2019/11/06/rayakan-gerai-ke-300-chatime-atealier-meluncur-di-4-lokasi-dengan-deretan-menu-eksklusif>