

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*. New York, NY : The free Press
- Al-Hawari, M., Ward, T., dan Newby, L. (2009). "The Relationship Between Service Quality And Retention Within The Automated And Tradisional Context Of Retail Banking". *Journal of Service Management* Vol. 20 No. 4, 2009 pp 455-472.
- Ananingsih, P. (2007). *Analisis Rasio Likuiditas dan Rasio Aktivitas Terhadap Rentabilitas Ekonomi pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Unit Simpan Pinjam di Kabupaten Temanggung tahun 2003-2005*. Semarang: Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Bakar, A. (2010). *Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention (Studi Kasus : Produk Kartu Seluler Prabayar Simpati Wilayah Semarang)*. Semarang: Skripsi, Unpublished.
- Swastha, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Bloemer, J, Ruyter, Kd, dan Peeters, P. (1998). "Investigating Drivers of Bank Loyalty : the Complex Relationship Between Image, Service Quality, and Satisfaction". *International Journal of Bank Marketing* , Vol.17,No.7.
- Buttle, F. (2004). *CRM: Concepts and Tools*. Amsterdam: Elvier.
- Cranage, D. (2004). "Plan to Do It right: And Plan for Recovery". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 16 No. 4, pp. 210-219.
- Cron, W.L., dan Decarlo, T.E. (2010). *Sales Management – Concepts and Cases 10th Edition*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc.
- Dharmendra, B.S. (1999). "Loyalitas Pelanggan Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 14 no. 3, pp. 73-88.
- Durianto, D., dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A.T. (1999). *Strategic Patways Toward Sustainable Competitive Advantage*. Soutern Cross, Lismore, Australia : Unpublished DBA Thesis.
- Forsy, P. (1996). *Marketing Professional Service, Edition Published*. Pentonville Road London: Kogan Page Limited.

- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (1995). *Basic Econometrics, Third Edition*. Mc Graw-Hill International Editions
- Hasan, M. (2000). *Teknik Sampling*. Jakarta : Erlangga.
- Hennig-Thurau, T. dan A. Klee. (1997). "The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development". *Psychology and Marketing*, Vol. 14 No. 8, pp. 737-764.
- Hubaya, I. (2008). *Analisis Pengaruh Atmosfer Kenyamanan Toko, Aktifitas Relationship Marketing, dan Harga Khusus Terhadap Retensi Pelanggan (Studi di Toko Rumah Parfum Semarang)*. Semarang: Tesis, Unpublished.
- Izquierdo, C.C ,Cillian, G., dan Gutierrez, S.S.M. (2005). "The Impact of Customer Relationship Marketing On The Firm Performance: a Spanish Case". *Journal of Service Marketing*, 19/4 (2005), 234-244.
- Jennie, S. (1997), "Mass Marketing dan Customer-Centered: Sebuah Dikotomi Untuk Mencapai Customer Loyalty". *Usahawan*, No. 03 Tahun XXVI Maret 1997.
- Kartika, G.W. (2010). *Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Esia*. Jakarta : Skripsi, Universitas Bakrie.
- Keiningham, T.L., Terry G., dan Vavra, L.A,Wallard, H. (2005). *Loyalty Myths*. San Fransisco : John Willey & Sons Inc.
- Kusmawardani, M. (2011). *Pengaruh Kesadaran Merk, Asosiasi Merk, dan Kesan Kualitas terhadap Loyalitas Konsumen (Sebagai Kajian Pada Starbucks Coffee Shop)*. Jakarta : Skripsi, Universitas Bakrie.
- Kotler, P.(2002). *Manajemen Pemasaran,Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2009). *Marketing Management 13th Edition*. New Jersey : Paerson Prentice Hall Inc
- Lingard, H.C. dan Rowlinson, S. (2010). "Sample size in factor analysis: why size matter".The University of Hongkong.
- Malhotra, N.K., dan Peterson, M. (2006). *Basic Marketing Research : A Decision Making Approach 2nd Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall Inc

- Pandin, M.L.(2009).”Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern”, *Economic Review*, No. 215, Maret, h.1-12.
- Mowen, J.C. (1995). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Ndubisi, N.O. (2003a), “Markets-marketers symbiosis under globalization: the aftermath of poor customer value”, *Academy of Marketing Studies*, Vol. 8 No. 1, pp. 45-52.
- _____. (2003b), “Service quality: understanding customer perceptions and reaction, and its impact on business”, *International Journal of Business*, Vol. 5 No. 2, pp. 207-19.
- _____.(2007). “Relationship Marketing And Customer Loyalty”. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 25 No. 1, 2007 pp. 98-106.
- Purba, M.I. (2011). *Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Telekomunikasi Selular (Telkomsel) Prabayar Pada Mahasiswa Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sumatera Utara*. Medan: Tesis, Universitas Sumatera Utara.
- Puspita, I., Hermawan, A., dan Kusdianty, H. (2006). “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Kredit BNI”. *Jurnal Eksekutif*, Vol. 3, No. 1, April 2006.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Made Easy: Teknik Analisis Pemasaran dan Analisis Kasus Menggunakan Excel dan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rapp, S. and Collins, T. (1990). *The Great Marketing Turnaround*. Englewood Cliffs, NJ: Pearson PrenticeHall Inc
- Reichheld, F. dan Sasser, W. (1990). "Zero defects: quality comes to services", *Harvard Business Review*, Sept-Oct, 1990, pp 105-111
- Reichheld, F.E. (1993). “Loyalty-based management”. *Harvard Business Review*, Vol. 71, pp. 64-73.
- Rusdarti. (2004). ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang”. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 13, Juli, pp 54-65.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior 9th Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall Inc
- Sekaran, U. (2003). *Research Method for Business: A Skill Building Approach 4th Edition*. New York : John Wiley&Sons Inc.

Sin, L.Y.M., Alan Tse, C.B.Y., dan Frederick, H.K (2005). "Customer Relationship Marketing: Conceptualization and Scale Development", *European Journal of Marketing*. Vol.39, No.11/12,pp.1264-1290.

Soemadipraja, L.R. (2006). *Alternatif Strategi Untuk Menurunkan Churn, Berdasarkan Analisis Customer Retention, Service Quality dan Brand Loyalty Terhadap Produk Seluler PT Indosat*. Depok : Tesis, Unpublished.

Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sulistyawati, D. (2008). "Pemahaman Relationship Marketing Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Pelanggan". *Jurnal Manajemen/Tahun XII*, No. 03, Oktober 2008: 318-326.

Thamrin, V.C. (2005). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Pelayanan Dan Suasana Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Hachi-Hachi Bistro, Tunjunagn Plaza Surabaya*. Surabaya: Skripsi, Universitas Kristen Petra.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Akuntansi Terapan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2010). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Internet:

Anonim. (tidak bertanggal). *Sejarah Convenience Store*. Diakses dari <http://www.scribd.com/doc/7332771/Circle-K>, 12 Mei 2011