

Daftar Pustaka

- Arifianti, Ria. 2010, “Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap *Impulse Buying* (survey pada Supermarket di Kota Bandung)”. *Strategic*, Vol. 9 No. 17.
- Carissa O.N., Fauzi A., dan Kumadji S. 2014, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Menghasilkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada Bandung Sport Distro Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15 No.1, Oktober, hal 1-11.
- Dharmawansyah, Inggil. 2013, “Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)”. *Management Analysis Journal*, Vol. 2 No. 2.
- Foster,B., 2008, *Manajemen Ritel*, Alfabeta, Bandung.
- Ghozali, Imam (2008). “Model Persamaan Struktural” : Konsep & aplikasi dengan program AMOS 16.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty*. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya, Jakarta : Erlangga
- Irsan, Yanuar, 2013, “Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen Carrefour di Surabaya”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol 2, No 1. Hal 1-7. Surabaya
- Handayani, N.T., 2012, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection”. *Management Analysis Journal*, Vol 1, No 2. Surabaya
- Haryanto, B. dan W.R Kawuri. 2008, Analisis Loyalitas Toko dengan Pendekatan Second Order Faktor dari Struktural Equation Model, *Journal of Business Strategy and Execution*, Vol 2, No 2, p:157-158
- Kamus Bahasa Indonesia, Subyek penelitian,1989: 862.
- Koo, D.M., 2003, “Inter-relationships among stores images, stores satisfaction, and store loyalty among Korea discount retail patrons”, *Asia Pacific Journal of Marketing and logistics*”, vol.15, no.4, pp.42-71, 77-95
- Kotler, Philip, 2003, “Marketing Management”: Analysis, Planning, Implementation dan
- Kevin Lane Keller, 2007, “Manajemen Pemasaran”. Jilid 2. Ed. 13. Jakarta: Erlangga

Leha, J.M dan Subagio, H., 2014, “Pengaruh Atribut Café Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di The Square Apartment Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2, No 1, Hal 1-12. Surabaya

Paramita, Niza, 2015, “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 4, Nomor 1. Surabaya

Subagio, H., 2011, “Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 6, No 1, April: 8-21. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media

Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media

Sopiah, 2008, *Perilaku Organisasional*, Yogyakarta : CV Andi Offset

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, jakarta

Sugiyono, 2009, “Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2011, “Statistika Untuk Penelitian”. Bandung: Alfabeta

<http://prahasti10411084.blogspot.ae/2012/01/makalah-subyek-obyek-penelitian.html/?m=1> 20.16.16 Juni 2016

