

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, (2004:223). Teori perilaku konsumen.
- Basu Swasta, (1984: 237). Teori promosi.
- Crosby yang dikutip Zulian Yamit (2010: 7). menyatakan kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan.
- Danang Sunyoto (2013:35). definisi kepuasan konsumen/pelanggan .
- Deming yang dikutip Zulian Yamit (2010: 7). Teori Kualitas.
- Dewa Ktut Sukardi (1983). Teori kuesioner.
- Engel et.al, (1994). Pengaruh tiga faktor utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen.
- Kotler (2000). faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen.
- Kotler, (2000;34). Bauran Promosi.
- Kotler dan Amstrong yang di kutip oleh Wisnu Chandra Kristiaji (2001: 74) . pengertian promosi.
- Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono (2001: 34-35). metode-metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.
- Kotler & Armstrong (2012:283). arti dari kualitas produk.
- Kotler dan Keller (2009: 41). ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa.
- Kotler & Keller (2012:76). berpendapat mengenai kepuasan.
- McCarthy, (2009:69). Teori promosi.
- Nuryana, (2005). *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
- Nurhasyimad (2010: 2). menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok.
- Rambat Lupiyoadi (2001: 158). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

sugiyono, (2009). Statistik: Teori dan Aplikasi. Jilid 2. Penerbit : Erlangga.

Sugiyono, menyatakan bahwa teknik penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian dengan landaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel.

Sugiyono, (2012: 7). teknik pengambilan sampel.

suharsimi arikunto, (2006:149). Metode yang digunakan dalam pengumpulan data.

Suryadi (2011:8). Teori promosi.

Tjiptono, Fandy (2001: 35-36). menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah metode bertanya.

Tjiptono, Fandy (2005: 2). Service, Quality and Satisfaction. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono (2008:298). Teori kualitas.

Toni Wijaya (2011: 11). Teori Kualitas.

Toni Wijaya, (2011: 5). kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

PT. Binakaryatama Indah Perkasa, (2019). Data diolah.

Yamit, (2010:105). Teori kepuasan pelanggan.