

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, edisi Revisi 2010. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assaidi, F. (2008). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air. Skripsi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya: Universitas Islam Indonesia.
- Azam, A., Qiang, F., dan Sharif, S. (2013). Personality Based Psychological Antecedents of Consumers Trust in e-commerce. *Journal of WEI Business and Economics*, 2 (1), hlm.31-40.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berli, A., Martin, J.D. dan Quintana, A. (2004). A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. *European Journal of Marketing*, 38, hlm.253-275.
- Costa, Paul T. & Widiger, Thomas A. (2002). *Personality Disorder and The Five Factor Model Personality*. Washington DC: American Psychological Association.
- Durukan, T. dan Bozaci, I. (2011). The Role of Individual Characteristics on Customer Loyalty. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (23), hlm. 213-218

- Fraenkel, J.R., Wallen, N.E., & Hyun, H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw Hill.
- Feist, J. & Feist, G. (2009). *Theories of personality 7th ed.* New York: McGraw Hills.
- Feist, J. & Feist, G. (2010). *Teori Kepribadian Edisi 7 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Feist, J. & Feist, G. (2010). *Teori Kepribadian Edisi 7 Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Gaffar, Vanessa. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- George, J.M. dan Zhou, J. (2001). When Openness to Experience and Conscientiousness are related to Creative Behavior. *An Interactional Approach Journal of Applied Psychology*, 86 (3), hlm. 513-524.
- Goldberg, L.R. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychologist*, 48, hlm. 26-34.
- Gunawan, S.A dan Moningga, C. (2008). Kesetiaan Konsumen Remaja KFC Ditinjau dari Tipe Kepribadian, *Journal Psikologi*, 2 (11), hlm.152-157.
- Graziano, W.G., Renee, M.T. (2009). Agreeableness: Handbook of Individual Differences in Social Behavior. edited by Mark Leary & Richard Hoyle. New York: Guilford.46-61.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hall, C. & Linzey, G. (1985). *Introduction to Theoris of Personality*. Canada: John Wiley and Sons, Inc.

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

- Harisky, Martinus. (2013). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust dan Customer Satisfaction pada Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier.
- Hawkins, D.I., Best, R.J. & Coney, K.A. (2000). Consumer Behaviour Implication for Marketing Strategy 9th Edition. USA: Richard D. Irwin, Inc.
- Hawkins, D.I., Mothersbaugh, & Best, R.J. (2007). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy*. New York: Mc Graw Hill.
- Hurriyati, R. (2005). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Ihsan, H. (2009). Metode Skala Psikologi. Bandung: UPI Departemen Psikologi.
- Irawan & Wijaya, F. (2000). Pemasaran Prinsip dan Kasus. Yogyakarta: BPFE.
- Iskandar, L.M dan Zulkarnain. (2013). Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau dari *Big Five Personality*. *Jurnal Psikologi*, 40 (1), hlm. 81 – 91.
- John, Oliver P. & Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement and Theoretical Perspective. *Handbook of Personality: Theory and Research*. New York: Guilford Press.
- John, Oliver P., Nauman, L.P., & Soto, C.J. (2008). Paradigm Shift to Integrative Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement and Conceptual Issues. *Handbook of Personality: Theory and Research* 3ed. New York: Guilford Press.
- Karbasi, A., Navid, B.J. dan Hashemi, S.R. (2014). The influence of personality traits of customers on their loyalty A case study Of

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

- private banks of Kermanshah. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 8 (2), hlm. 241-245.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Lee, F.K. (2004). *Conscientiousness, Neuroticism & self-management strategies: A Process Model of Personality & Achievement Outcomes*. Dissertation. Faculty of the Graduate School. University of Missouri-Columbia.
- Lovelock, C. et. al. (2010). *Pemasaran Jasa*, Edisi 7, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mastuti.E. (2005). Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian *Big Five* (adaptasi dari IPIP) pada Mahasiswa Suku Jawa. *Jurnal INSAN*, 7 (3), hlm. 264 – 276.
- McCrae, R.R., & Costa Jr., P.T. (1997). Personality Trait Structure As a Human Universality. *American Psychologist*, 52, hlm.509-516.
- McCrae, Robert R. & Costa, Paul T. (2006). *Personality In Adulthood*. New York: The Guilford Press.
- McCrae, R.R. dan Sutin, A.R. (2009). *Openness to Experience: Handbook of Individual Differences in Social Behavior*. edited by Mark Leary & Richard Hoyle. New York : Guilford.
- McElroy, Todd dan Dowd, K. (2007). Susceptibility to Anchoring Effects: How Openness to Experience Influences Responses to

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

- Anchoring Cues. *Journal Judgment and Decision Making*, 2 (1), hlm. 48–53
- Morais, Duarte B. (2005). *Fostering Loyal Customer Relationship*. University Park: School of Restaurant and Recreation Management.
- Noor. Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Octavianity dan Jatmika, D. (2015). Hubungan Tipe Kepribadian OCEAN dan *Brand Trust* pada Konsumen maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier*. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 2 (2), hlm. 497 – 512.
- Parasuraman, A. (2008). SERQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, hlm. 31-43.
- Pervin. L.A., Cervone. D. dan John, O.P. (2005). *Personality: theory and research*. Hoboken, NJ: John wiley & Sons.
- Reza, Alwin M. (2015). Pengaruh Tipe Kepribadian dan Harapan Terhadap Penyesuaian Diri Anak Didik Pemasarakatan di Lembaga Pemasarakatan (LAPAS) Anak Kelas II A Tanggerang. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan: UPI.
- Riana, G. (2008). Pengaruh Trust in Brand terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 13(2), hlm.184-202.
- Sari, Meitha. (2015). Pengaruh Kelompok Referensi, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Pesan Instan. *Jurnal Manajemen UNJ*, 3 (2), hlm.85-91.
- Silalahi, U. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Stanton, W.J., & Lamarto, Y. (1996). *Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, DH dan Hani Handoko, (2000), *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Shank, Matthew, Langmeyer & Lynn. (1994). "Does Personality Influence Brand Image?". *The Journal of Psychology*, 128 (2), hlm. 157.
- Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*, 6 (1), hlm.65-78.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Stategy*. Yogyakarta: CV. Andi
- Tjiptono, F., & Candra. (2005). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi.
- VanVoorhis dan Morgan. (2007). Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3 (2), hlm. 43-50.
- Wardana, D. (2011). Pengaruh Kepribadian Konsumen pada Pilihan Merek sebagai Konsep Diri pada Kategori Produk. *Jurnal Aset*, 13 (1), hlm.21-35.

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

Widiger, T.A. (2009). *Neuroticism: Handbook of Individual Differences in Social Behavior*. edited by Mark Leary & Richard Hoyle. New York : Guilford.

Wilson, M. (2005). *Constructing Measures: An Item Response Modeling Approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Wilt, J., dan Revelle, W. (2009). *Extraversion: Handbook of Individual Differences in Social Behavior*. edited by Mark Leary & Richard Hoyle. New York : Guilford.

### Website

Redaksi Travel. (2014). *Bandung Kota Favorit Wisata Kuliner di Indonesia*. [Online]. Tersedia di: <http://www.travel.detik.com/reader-choice/bandung-kota-favorit-wisata-kuliner-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 8 Juli 2017.

Widianto, S. (2015). *Bandung ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner Indonesia*. [Online]. Tersedia di: <http://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2015/11/23/350975/bandung-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-kuliner-indonesia>. Diakses pada tanggal 23 April 2017.

\_\_\_\_\_. *Catatan untuk Wisata Kuliner*. [Online]. Tersedia di: <https://dekulinermusic.wordpress.com/topik-kuliner-indonesia/catatan-untuk-wisata-kuliner/>. Diakses pada tanggal 8 Juli 2017.

**Vinska Apriliawati, 2018**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN BIG FIVE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN BAKSODI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu