

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne. (2000). *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Arikunto, Suharsimi. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktek*.  
Bandung: Rineka Cipta.
- Dendawijaya, Lukman. (2005). *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi*.  
Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Hasan, Ali (2008). *Marketing*. Jakarta : Media Pressindo.
- Husein Umar. 2001. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.  
Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Milenium*, Jakarta: PT.  
Prenhallindo
- Lupiadi, Rambat dan A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi. 2.  
Jakarta : Salemba Empat.
- Martin, William B. (2004). *Quality Customer Services*. Jakarta : PPM
- Saladin, Djaslim. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran*.  
Bandung ; Linda Karya.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sunarto. (2003). *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit

AMUS.

Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit

Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius (2008). *Service Quality & Satisfaction*.

Yogyakarta : Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, Andriana, Dadi (2008). *Pemasaran*

*Strategik*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta :

Penerbit Andi.

#### **Sumber Internet**

Bank Indonesia. (2011). *Kamus Perbankan*. On line. Tersedia :

<http://www.bi.go.id/web/id/kamus.html>.

Bank Mandiri. (2011). *Bank Mandiri*. On line. Tersedia: [www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)

<http://proquest.umi.com.pqdweb>.

Chrisandy, Ivan A (2011). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*. [http://repository.upi.edu/skripsiview.php?no skripsi=9804](http://repository.upi.edu/skripsiview.php?no_skripsi=9804)

Hyun Duck Kim and Nancy Lough. (2007). *An Investigation Into Relationships Among Constructs of Service Quality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention in Korean Private Golf Courses*. (on line).