**DAFTAR PUSTAKA**

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung:

Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*, Jawa Tengah: Andi.

Kotler, P dan Keller L. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke-13*

Alih Bahasa Bob Sabran, MM, Jakarta: Erlangga.

Kotler, P dan Keller L. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi ke-13*

Alih Bahasa Bob Sabran,MM, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin L Keller. 2012. *Marketing Management* 14th

edition*. Pearson Education International*: Prentice Hall.

Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen* , Jakarta: KENCANA PRENADA

MEDIA GROUP.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*

*Edisi ke-12.* Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT. Macaman Jaya

Cemerlang.

Swastha, Basu dan Irwan. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta:

Liberty.

Ratih Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Bandung :

Cv.Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R

& D) : Bandung : Cv.Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R

& D) : Bandung : Cv.Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Cv.Alfabeta

Suharsimi, dr. Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian*: Suatu Pendekatan Praktek,

Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Suharsimi, dr. Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian*: Suatu Pendekatan Praktek,

Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Husein Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta :

PT Raja Grafindo Persada.

**Sumber Jurnal :**

Johnson C William, Art Weinstein 2004: *Electronic Commerce and The Value Proposition, pg.117.*

**Sumber Website :**

<https://ppid.bandung.go.id>

[http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2016/03/pengertian-nilai pelanggan-customer.html](http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2016/03/pengertian-nilai%20pelanggan-customer.html)

<http://mental-harnis.blogspot.co.id/2012/06/nilai-pelanggan.html>

<https://www.coursehero.com/file/pra3l1/Nilai-yang-diterima-oleh-pelanggan-customer-delivered-value-adalah-perbedaan/>

<https://hendryza.wordpress.com/2009/01/28/nilai-pelanggan/>

http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html

http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/57603/Yanuar20Pristanto.pdf;sequence

repository.widyatama.ac.id

kepuasan pelanggan-library.binus.ac.id

[www.primepark.co.id](http://www.primepark.co.id) atau [reservationbandung@primepark.co.id](mailto:reservationbandung@primepark.co.id)

**Sumber-Sumber Lainnya:**

Laelasari.2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kawani Bandung. Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik – Universitas Pasundan Bandung.

Rachmat Yoga.2015. Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Di Mix Bird Farm Bandung. Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik – Universitas Pasundan Bandung.

Sri Martina Intan Permatasari Hassan. 2013. Pengaruh *Customer Value* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Saung Angklung Udjo. Skripsi Jurusan Manajemen Pemasaran Pariwisata.Bandung : Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial – Universitas Pendidikan Indonesia.

Malik, Hirland Roshly. 2014. Kreasi Nilai Dan Citra Merek Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart Cabang Cikutra Barat. Skripsi Fakultas Manajemen Dan Bisnis-Universitas Widyatama, Bandung.