

DAFTAR PUSTAKA

- Prajudi Atmosudirjo. (1982). *Kesekretarisan dan Administrasi*. Jakarta: CV Telaga Bening.
- Armstrong, Gary dan Kotler, Philip. (1996). *Principles of Marketing 7th Edition*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Armstrong, G., Kotler, P. (2008). *Principles of Marketing, 12th ed.* New Jersey: Prentice Hall.
- Losch, August (1954). *The Economics of Location*.
- Swasta, Basu. Edisi 3, (1984). *Azas-azas Marketing*. Liberty: Yogyakarta.
- Swastha, Basu, DH. (1999). *Azas-Azas Marketing*. Liberty: Yogyakarta.
- Alma, Buchari. (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.
- Doyle, Peter and John Saunders. (1995). The Lead of Marketing Decision. *Journal of Marketing Research*. Edition 22th (February).
- Elisabeth dan Sri, (2011). The Impacts Of Marketing Mix on Students Choice Of University. *2nd International Conference On Business And Economic Research (2nd ICBER 2011)*. Proceeding Study Case Of Private University In Bandung, Indonesia
- Feigenbaum, A.V. (2000). *Kendali Mutu Terpadu*. Jilid 1, Edisi Ketiga. Erlangga: Jakarta.
- Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis magister & Disertasi Doktor*. Semarang: Badan penerbit UNDIP.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Mnajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hiransombong (2012) Marketing Mix affecting accommodation service buying decisions of backpacker tourist traveling at inner rattanakosin island in Bangkok Thailand.
- Hoover & Giarratani. (2007). *Introduction to Regional Economics Web-Book*. West Virginia University.
- Hurriyat, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Husein Umar. (2007), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Isard. (1956). *Location and Space Economy*. Cambridge.
- Jay, James Monroe. (2005). *Review of Modern Food Microbiology*, 7th edition. New York: Springer.
- Kuncoro, Mudrajad, (2000), *Ekonomi Pembangunan, Teori Masalah dan Kebijakan*. UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, (2003), *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kasmir. (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Edisi enam, Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2007). *Manajemen Perbankan*. Edisi tiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kopalle, K Praven dan Dobald Lehman., (1995)., The Effects Of Advertised And Observed Quality On Expectation About New Product Quality. *Journal of Marketing Research.*, Vol. 32.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*: Edisi Milenium, International Edition. Prentice Hall International, Inc., New Jersey.
- Manurung, Mandala, dan Pratama Rahardja. (2004). *Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter* (Kajian Kontekstual Indonesia). Lembaga Penerbit: FE UI. Jakarta.
- Maurer dan Haber (2002). *Real Effects of Bank Concentration and Competition in Europe*. Nicola Cetorelli Federal Reserve Bank of Chicago and Wharton Financial Institutions Center.
- Mishkin. (2012). *The Economics Of Money, Banking, And Financia Markets*.
- Mudrajat kuncoro, (2001). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Pertama, Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2004). *Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. (Edisi Keenam). Jakarta: Erlangga.
- Parera, J.D, (2004).*Bank Indonesia, Bank sentral Republik Indonesia, suatu pengantar, penerbit-pusat pendidikan dan studi kebanksentralan (PPSK)* Bank Indonesia, Jakarta.

- Kotler, Philip and Armstrong, Gary.(1997). *Dasar-dasar Pemasaran* (terjemahan).Jilid 1&2. Edisi Indonesia.
- Shugan, Steven and Jinhong Xie (2000), Advance Pricing of Services and Other Implications of Separating Purchase and Consumption, *Journal of Service Research*, Vol. 2 (February) 227-239.
- Sumanto Radix A (2010) dengan judul (*Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*).
- Schumpeter, J. (1912) [1934], *The Theory of Economic Development; An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Cambridge: Harvard University Press.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 2. Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta.
- Shugan, Steven and Jinhong Xie (2000), "Advance Pricing of Services and Other Implications of Separating Purchase and Consumption," *Journal of Service Research*, Vol. 2 (February) 227-239.
- Susilo, Sri., Sigit Triandaru dan A. Totok Budi Santoso. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi Kedua, Salemba Empat: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Thomas Mayer et al., (1987) *Money, Banking and The Economy*, W.W. Norton & Company, New York, London.
- William J, Stanton, (1996).*Prinsip Pemasaran* Edisi 7 Jilid 1.
- Weber (1909) *Economy and Society*.
- Yazid (2001) *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Cetakan II Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Yazid, (2003), *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Penerbit Ekonsia – Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Biro Riset Infobank.
- www.bca.co.id.
- www.infobanknews.com.