

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., Kumar, V, dan Dau, G.S., (2001). *Marketing Research*, 7th edition. John Wiley and Son Inc, New York
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2010. Statistik Indonesia Tahun 2010. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik
- D'Aveni, Richard A. (1994). *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*. The Free Press, New York
- Darwanto. (2012). Peran *Entrepreneurship* Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Diseminasi Riset Terapan Bidang Manajemen dan Bisnis Tingkat Nasional Jurusan Administrasi Bisnis*. Politeknik Negeri Semarang, Semarang
- David, Fred R. (2003). *Strategic Management: Concepts & Cases*. Prentice Hall. 9th Ed., Prentice Hall Pearson Education Internasional. New York
- Departemen Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2017). Rasio Wirausaha Indonesia Naik Jadi 3,1 Persen. Tersedia di <http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirausaha-indonesia-naik-jadi-31-persen/>, diakses pada 3 Desember 2017.
- Ernoputri, D, Arifin, Z, dan Fanani, D. (2016). Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengguna Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang-Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30 (1), 79-86
- Fauzi, Y. (2017, Mei 7). Geliat Sektor Informal Dongkrak Angkatan Kerja. CNN Indonesia, Jakarta.
- Gallo, Amy. (2014). The Value of Keeping the Right Customers. *Harvard Business Review*. Tersedia di <https://hbr.org/2014/10/the-value-of-keeping-the-right-customers>, diakses pada 8 Mei 2018
- Halim, C.N dan Suryani, T. (2013). Pengaruh Keramahan, Kredibilitas, dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 3 (1), 81-92
- Kaplan, R.S. dan Norton, D.P. (1996). *The Balanced Scorecard*. The President and Fellows of Harvard College, United States of America

- Katadata. (2016). Pengangguran Indonesia Tertinggi ke-3 di Asia Tenggara. Tersediadi<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/23/pengangguran-indonesia-tertinggi-3-di-asean>, diakses pada 2 Desember 2017.
- Khomsatun, Siti. (2006). Pengaruh Pembelajaran di Luar Kelas Terhadap Prestasi Belajar Siswa Ditinjau dari Antusiasme Belajar Siswa pada Siswa SMP Tahun Ajaran 2004/2005. *Skripsi Abstract*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Kim, W.C dan Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Publishing Corporation, United States of America
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, 14th edition, New Jersey: Prentice-Hall.
- Ladhari, R., Souiden, N., dan Ladhari, I. (2011). Determinants of Loyalty and Recommendation: The Role of Perceived Service Quality, Emotional Satisfaction and Image. *Journal of Financial Services Marketing*. 16 (2), 111-124
- Laudon, K.C. dan Traver, C.G. (2009). *E-commerce: Business, Technology, and Society*. Fifth Edition. New Jersey: Prentice Hall
- McKnight, D.H., Choudury, V., dan Kacmar, C.J. (2002). Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*, 13 (3), 334-339
- Munandar, D. (2013). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Bisnis PT. Frisian Flag Indonesia Bandung. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 7 (1), 1-16
- Nugraha, F.A.A., Suharyono, dan Kusumawati, A. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dan Keputusan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 22 (1), 1-7
- Sari, C dan Hatane, S.E. (2013). Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Profitabilitas Pada Sebuah Perusahaan Jasa Automotive (PT "X" di Surabaya). *Business Accounting Review*. 1 (2), 26-38
- Setiaji, Gunawan. (2017). Pengaruh Garansi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Solo. *Skripsi Abstract*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Surakarta

Someh, Ida Asadi dan Shanks, Graeme. (2013). *The Role of Synergy in Acheiving Value From Business Analytics Systems*. Thirty Fourth Internasional Conference on Information System. Milan, hal.3

Stankevich, Alina. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. *Journal of Internasional Business Research and Marketing*. 2 (6), 7-14