

DAFTAR PUSTAKA

About Carrefour. Dipetik Oktober 19, 2017, dari <http://www.carrefour.co.id/id/shop/carrefour/index.php>

Akter, S., & Ashraf, E. (2016). Factor Affecting Repurchase Intention of Customers : In the Context of Retail Chain Store Industry in Bangladesh. *European Journal of Business and Management.*

Al Muala, A., & Al Qurneh, M. (2012). Assessing the Relationship between Marketing Mix and Loyalty through Tourists Satisfaction in. *American Academic & Scholarly Research Journal.*

Andita, A. (2017). Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Propuk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Studi Kasus pada Mahasiswa Konsumen Isoplus di Universitas Sanatha Darma Yogyakarta.

Chayana, P. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa “HOUSE OF BALOON” Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen. *Journal Management.*

Cibro, Y. E., & Hudrasyah, H. (2017). Factors That Influence Customer's Intentions to Revisit Cafe : Case Study of Siete Cafe. *Journal of Business and Management.*

Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Dewi, A. K. (2017). Pengaruh Retail Mix terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan Putra Baru Bandar Jaya.

Detik Finance. (2014, Juni 20). Dipetik Oktober 23, 2017, dari <https://m.detik.com/finance/berita-ekonomi-bisnis/2613994/ini-cerita-di-balik-logo-transmart-carrefour>

Demografi. (2017, November 28). Dipetik Desember 18, 2017, dari Trans Retail targets 111 outlets until the end of 2017: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/11/28/trans-retail-targetkan-111-gerai-hingga-akhir-2017>

Faradiba, & Rahayu, S. (2013). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen (studi kasus pada warung makan "Bebek Gendut" Semarang). *Diponegoro Journal of Management.*

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 edisi 8.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan.* Yogyakarta: CAPS.

Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian.* Bandung: Aditama.

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Irawan, D., & Sunarto, A. (2015). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Kusnadi, E. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Niat Beli Ulang Sepeda Motor Honda Kategori Sport Mild.
- Lovelock, C., Writz, J., & Mussry, J. (2012). *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*. Jakarta: Erlangga.
- Madiawati, P. N. (2016). Implementasi Kinerja Strategi Berbasis Pasar dalam Memenuhi Kepercayaan Pelanggan Pada Jasa Pendidikan Tinggi di Bandung Raya. *Jurnal Disertasi Unpas*.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*.
- Moslehi, H., & Haeri, F. (2016). Effects of Promotion on Perceived Quality and Repurchase Intention. *International Journal of Scientific Management and Development*.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Oktaviani, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi pada Trans Retail Carrefour di Bandung). *e-proceeding of management*.
- Potensi Bisnis Minimarket 2018*. (2017, Januari 1). Dipetik November 5, 2017, dari <https://www.minimarketrak.com/blog/potensi-bisnis-minimarket>
- Purwanto, E., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rosita, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah Widya Ekonomi*.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Sarwono, J. (2013). *Jurus Ampuh SPSS Untuk Riset Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour 10th Edition*. Pearson Education.
- Sitohang, S. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada UD. Galarasa Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Buku Beta Yogya.
- Sudibyoy, A., & Margo, C. (2015). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Perantara di Domicile Kitchen and Lounge. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol. 3 no.2 2015*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, A. (2012). *Manajemen Minimarket*. Bandung: Raih Asa Sukses.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Pemasaran (pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel (teori, praktek, dan kasus ritel)*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Tahendrika, A. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Menggunakan Kembali PT “X” Sebagai Agen Iklan di Kota Bandung.
- Tjiptono , A. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vuthisopon, S., Chalitasrinuan, & Fonguswan, W. (2016). 8P's of Marketing Mix Toward Repurchase Intention of Domestic Low Cost Airline in Thailand : A Conceptual Framework. *Proceedings of 69 The IER International Conference Beijing*.
- Zeithalm, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2013). *Service Marketing Focus Across the Firm, 6th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Zhang, Q., & Prasongsukam, K. (2017). A Relationship Study of Price, Promotion, Customer Quality Evaluation, Customer Satisfaction and Repurchase Intention : A Case Study Of Starbucks in Thailand. *International Journal of Management and Applied Science*.