

Daftar Pustaka

- Arista, E.Desi & Triastuti, Sri Rahayu. (2011). **Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.**
- Dharmmesta, Basu Swastha & Handoko, Hani T. (2002). **Pemasaran dan Perilaku Konsumen.** PT. Gramedia. Jakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha & Handoko, Hani T. (1997). **Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen.** BPFE- Yogyakarta. Yogyakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha & Irawan. (2001). **Manajemen Pemasaran Modern.** Liberty. Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2006). **Metode Penelitian Manajemen, edisi kedua.** Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hasan, Ali. (2013). **Marketing dan Kasus-kasus Pilihan.** Caps. Yogyakarta.
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang. (1999). **Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen edisi pertama.** BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Amstrong.(1997). **Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1.** Prenhalindo. Jakarta
- Kotler, philip. (2005). **Manajemen Pemasaran di Indonesia. Buku 2.** Diadaptasi Oleh A.B. Susanto.2001. Salemba Empat. Jakarta.
- Lamb,Charles W, Josep F. Hair dan Carl Mc Daniel. (2001). **Pemasaran. Buku 1 edisi Pertama.** Salemba Empat. Jakarta.
- Napian, Sukron. (2013). **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul.** Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Natalia, Lia. **Analisis Faktor Persepsi Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Pada Giant Hypermarket Bekasi. Jurnal Skripsi.** Universitas Gunadarma.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). **Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan.** Alfabeta. Bandung.
- Noor, Juliansyah.(2011). **Metodologi Penelitian.** Kencana. Jakarta.
- Priyono. (2006). **Pengantar Manajemen.** Penerbit Dharma Ilmu Pers. Bandung.
- Saladin, Djaslim. (2003). **Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran Cetakan Ketiga.** Linda Karya. Bandung.
- Sangadji, Etta Mamang & Sophiah. (2013). **Perilaku Konsumen.** Andi Offset. Yogyakarta.

- Santoso, Slamet. (2011). **Statistika**. Universitas Muhammadiyah Pers. Ponorogo.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). **Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**. Prenada Medi. Jakarta.
- Sugiyono. (2014). **Statistika Untuk Penelitian**. Alfabeta. Bandung.
- Stanton J William. (1991). **Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid I**. Erlangga. Jakarta.
- Sumarwan, U. (2004). **Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran**. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tandjung. (2004). **Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian**. Salemba Tandjung,W. Jakarta.
- Tedjakusuma, Ritawati, Srihartini, dan Muryani. (2001). **Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kota Madya Surabaya. Jurnal penelitian Dinamika Sosial. Vol. 2. No. 3**. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Tjiptono, Fandi. (2001). **Strategi Pemasaran**. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Usman, Mustafa, Warsono & Ruswandi, Rudi.(2008). **Statistika**. Sinar Baru Algesindo. Bandung.
- Widoyoko, Eko Putro. (2012). **Teknik penyusunan Instrumen Penelitian**. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Winardi. (1996). **Manajemen Pemasaran**. Cetakan Pertama Bandung: Penerbit Sinar Bandung.