

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Husaini. (2011). **Pengaruh Variabel Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio Di Makassar**. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Anwar Sanusi. (2011). **Metodologi Penelitian Bisnis**. Jakarta: Salemba Empat
- Engel, James. F, Roger. D. Blackwell dan Miniard, Paul. W. (1994). **Perilaku Konsumen**. Edisi Keenam. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Intan Nur Hidayatun. (2012). **Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Ngaliyan (Studi Kasus Pada ONO Swalayan Ngaliyan)**. Skripsi, Fakultas Syari'ah. Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Imam Ghozali. (2013). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 21**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2002). **Manajemen Pemasaran** (diterjemahkan Benjamin Molan). Edisi Kesebelas, Jilid 1, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). **Prinsip-Prinsip Pemasaran** (diterjemahkan oleh Bob Sabran). Edisi Keduabelas, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. (2008). **Manajemen Pemasaran** (diterjemahkan Benjamin Molan). Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane. (2008). **Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1**. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. (1993). **Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Volume 1 Edisi ketujuh.** Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Robani Wahyu Ulkhusna. (2015). **Keputusan Pembelian Baju Batik Ditinjau Dari Gaya Hidup dan Kelas Sosial Masyarakat Surakarta.** Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santoso, Slamet. (2015). **Penelitian Kuantitatif Metode dan Langkah Pengolahan Data.** Ponorogo: Umpo Press.
- Staton dan Lamarto. (1997). **Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid ke-1.** Jakarta : Erlangga.
- Sumarwan, Ujang. (2004). **Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran.** PT. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Swastha, Basu, dan T. Hani Handoko, (2000). **Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen,** Edisi Tiga, Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2001). **Strategi Pemasaran,** Cetakan Kelima. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.