

DAFTAR RUJUKAN

- Agustini. 2017. Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Volume 9 No.1. p-ISSN: 2599-1418 e-ISSN 2599-1426.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Eddy Soeryanto Soegoto. 2009. *Enterpreneurship Menjadi Pembisnis Ulung*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Edwar, dkk. 2018. *The Factors That Affecting the Product Purchasing Decision Through Online Shopping By Students of Surabaya State University*. *Internasiona. Journal of Educational Research Riview*.
- Ghozali, Imam, 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Universitas Diponegoro
- Goenadhi, L. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Volume 12 No 2.
- Handoko, T. H. 2004. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. BPFE.
- Hanum & Hidayat, (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Administrasi*. Volume 6 No 1.
- Harkins, Stephen G., Kipling D. Williams, dan Jerry M. Burger. 2017. *The Oxford Handbook of Social Influences New York: Sheridan Books, Inc*.
- Husein Umar. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. Dan Kevin L. K. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2004. *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, Antonius Philipus. 2019. Analisis Keterlibatan Konsumen Terhadap Produk Shampo Berdasarkan Faktor Pembeli (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Nusa Nipa Maumere). Vol 6, No. 1
- Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 112. Jilid 2. Indeks
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Madiawati dan Kasbella. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Jafra. *Journal e-Proceeding of Mangement*. Vol.4, No.1. ISSN: 2355-9357.
- Pramudi, Riski Yuliana. 2015. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Journal Of Reseaech In Economics And Management*. Volume 15.No 2.
- Prasetya, K. Y. A., Suarmanayasa, I. N., & Yulianthini, (2019). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Future Culture Di Singaraja. *Jurnal Manajemen*, Volume 5 No. 2.
- Prasetyo & Bodroastuti, (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang)
- Purba. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Untuk Membeli Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus Pada PT. Internasional. Tbk Auto 2000 Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 20 Nomor 3 . p-ISSN: 1412-0593 e-ISSN: 2685-7294
- Purbhohastuti. 2017. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa D3 Marketing. *Jurnal Ekonomika*. Vol. 12, No 1
- Purhantara, Wahyu. 2010 *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riyono & Budiharja, (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2).
- Santoso, Singgih. (2004). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS*

Versi 11.5. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Edisi Ketiga: Prenada Media.
- Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpandu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukma, dkk. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand image, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk pembersih wajah mens Biore. *Jurnal Manajemen Unud*.Vol 5, No. 7
- Supriyono, dkk. 2015. “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu, dan Psikologis Terhadap Keputusan Membeli Di Indomaret”. *JournalKelola*. Volume 2, Nomor 3.
- Thabiso, dkk, (2018). *Factors That Influence Consumer Behavior In The Purchase Of Durable Household Products. Proceeding of the International Conference On Industrial Engeneering and Operation Management. Paris, France, July 26-27.*
- Tjiptono, F. 2008. *Starategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing. Malang, Jatim.
- Wisnu dan Heliawan. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kertasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. Volume 1 No 2. E-ISSN 2579-3055
- Wulandari, Nur Septiyani. 2017. Pengaruh Kemasan, Varian, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Shampo Pantene Pada CV. Tri Tunggal Mulia Wisesa. Skripsi. Jurusan Manajemen. Universitas Widya Dharma Klaten.