

DAFTAR PUSTAKA

- Blackwell, Roger et.al. 2012. *Consumer Behavior*. Cengage Learning Asia.
- Bungin, Burhan. 2013. Edisi 6. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Hamdi, Asep Saepul. 2014. Edisi 1. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta:Deepublish.
- Kardes, Frank et.al. 2011. *Consumer Behavior*. Cengage Learning South-Western.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 13th ed. New Jersey: Pearson Education Inc., 2009.
- Mowen, Minor. 2002. Edisi Lima. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, Olson. 2001. Edisi 6. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Cetakan Keduapuluhsatu. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Samovar, Larry et.al. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Edisi7. Cengage Learning.
- Shimp, Terence. 2010. *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. Eight Edition. Cengage Learning South-Western.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suparno, Paul. 2008. *Action Riset: Research Tindakan untuk Pendidikan*. Jakarta: PT Grasindo, anggota ikapi.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Indonesia.
- West, Richard and Turner, Lynn. 2010. *Introducing Communication Theory*. Fourth Edition. McGraw-Hill International.
- Kompas.com.
<http://properti.kompas.com/read/2013/05/27/15121173/Orang.Jakarta.Habiskan.Waktu.di.Mal.Ratarata.3.Jam>; Internet; diakses tanggal 05 Sept 2016.

Feunsika. “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepedamotor Honda Beat (Studi kasus pada mahasiswa UNSIKA)”, (2013). [e-journal] <http://feunsika.ac.id/Jurnal-online/wpcontent/uploads/2015/12/Ryatnasih-Rachmat-0113.pdf> diakses tanggal 14 Nov 2016

Rapar, Rimby. “Komunikasi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Matahari Departement Store Mega Trade Center Manado”, (2015). [e-journal] <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/viewFile/8625/8198> diakses tanggal 02 Okt 2016.

Saputri, Marheni. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion pada Zalora Indonesia”, (2016). [e-journal] <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/viewFile/2301/1531> diakses tanggal 15 Nov 2016.

Aprilia, Erin. “Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen”, (2013).[e-journal] http://journal.unnes.ac.id/artikel_nju/jdm/2761 diakses tanggal 15 Nov 2016.

Mardiani, Endang. “Analisis Keputusan Pembelian Konsumen melalui Media Online (E-Marketing)”, (2013). [e-journal] <http://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/1035> diakses tanggal 15 Nov 2016.

Perdani, Aevyn. “Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Pengambilan Keputusan Pembelian pada Konsumen Yamaha Mio di Trenggalek”, (2013). [e-journal] <http://jurnalonline.um.ac.id/data/artikel/artikel3165D022EEDDDECF92DADBD DA9B0AB7.pdf> diakses tanggal 15 Nov 2016.

Samosir, Ligia. “Pengaruh Penggunaan Brand Ambassadors “Dewi Sandra” terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Bandung”, (2016). [e-journal] <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/2106> diakses tanggal 15 Nov 2016.