

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, T., Kumadji, S., & Yaningwati, F. (2014). Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang Memutuskan Membeli Handphone Merek Nokia. *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Engel, F. J., Blaskwel, D. R., & Miniard, W. P. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik (2 ed.)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (11 ed.)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, A. C. (2015). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Pembelajaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonic Merek Mizone di Kota Banjarnegara.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen (5 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Purba, R. (1996). Measuring Consumer Perceptions Throught Factor Analysis The Asian Manager. *February-March*.
- Retor, S. T. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Conbloc Indonesia Surya Manado. *Jurnal EMBA* , 664-675.
- Saladin, D. H. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (7 ed.)*. Jakarta: PT. Indeks.

- Stanton, J. W. (2000). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 30-37.