

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Yogyakarta. Bina Karya.
- Auda, R.Z dan Novliadi. 2009. Pengaruh Citra Merek Terhadap Intensi Membeli. *Jurnal Sosiologi*. Vol. 3. No. 6. Hal. 22-36.
- Azwar, S. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Jakarta: Pustaka Pelajar. Offset.
- Baker, D.A dan Crompton, J.L. .2000. Quality, Satisfaction And Behavioral Intentions. *Annalis of Tourism Research*, Vol. 27, No. 3, Hal. 785-804.
- Dayakisni dan Huddaniah. 2003. *Psikologi Sosial*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Engel, J.F., Roger, D.B., dan Paul, W. M. 2000. *Consumer behavior*. International Edition, Forth Worth : Dreyden Press.
- Fredereca, B.G dan Chairy. 2010. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 3, No. 2, Hal.128-143.
- Gerungan, W.A. 2003. *Psikologi Sosial*. (edisi kedua). Bandung: PT Refika Aditama
- Gonzales, A.B. 2012. Collectors' Buying Behavior: A Model Based On Attitudes and Market . *American International Journal of Contemporary Research* Vol. 2 No. 6. Hal. 561-576.
- Hadi, S. 2000. *Metodologi Research I*. Yogyakarta: Andi Offset
- \_\_\_\_\_. 2004. *Metodologi Research II*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler. P. 1999. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehalindo.S
- Kurnia, K. 2011. *Biang Penasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Krisnawati, E dan Fajrianti. 2010. Analisis Perbedaan Tingkat Intensi Membeli Melalui Media Internet (*Online Shopping*) Ditinjau dari Tipe Gaya Hidup pada Konsumen Pengguna Internet. *Insan* . Vol. 12 No. 03. Hal. 187-196.
- Nurani, E,S., dan Haryanto, J.O. 2009. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality* dan *Product Characteristics* Dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi pada Iklan Kuku Bima Ener-G Rosa Versi Chris John). *Jurnal Ekonomika*. Vol 06. No. 9. Hal. 36-51.
- Moriarty, S., Mitchell, N., dan Wells, W. 2011. *Advertising*. Edisi Ke Delapan. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Pranoto. 2012. Iklan blak-blakan ala tje-fuk. <http://www.marketing.co.id/iklan-blak-blakan-ala-tje-fuk/>. Diunduh 23 November 2013. Pukul 19.00.
- Purwanto, H. 2009. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Dengan Minat Membeli Bakpia Pathok 75 Di Yogyakarta. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Surakarta: UMS.
- Rahmawati, F. 2008. Hubungan Sikap Terhadap Iklan Komparatif Produk *Simcard* dengan Intensi Membeli pada Remaja Akhir. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana/
- Simamora. 2002 Strategi Harga Diskon dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*. NO. 7. Vol.6.
- Suntara. 1998. "Memahami Minat Beli konsumen". Majalah *Usahawan*. No. 10 Tahun XXXI. Halaman. 8-12.
- Suprpto, B dan Wijaya, T. 2012. Model of Consumer's Buying Intention towards Organic Food: A Study among Mothers in Indonesian. *International Conference on Economics, Business and Marketing Management IPEDR vol.29*. IACSIT Press, Singapore
- Suryabrata, S. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajawali.
- Sutisna. 2003. *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. dan Irawan, H. 1999. *Manajemen Pemasaran Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

- Tjiptono, F. 1997. *Pengantar Kualitas Managemen*. Edisi Keempat. Yogyakarta; Andi offset.
- Walgito, W. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Yudhiartika, D dan Haryanto, J.O. 2012. Pengaruh *Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's*. *Buletin Studi Ekonomi, Volume 17*. No. 2. Hal. 142-156.
- Yusuf, K. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Iklan Rokok Pada Mahasiswa. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Yogyakarta: UNY.