

DAFTAR PUSTAKA

- Agah, Ozturk, Onzeli, & S, O. (2015). The effect of psychoeducation on anxiety and pain in patients with mastalgia. *Pubmed Nord J Psychiatry*, 69(5), 380–395.
- Anis, Muchlison, Azizah, & Hidayati. (2016). Kontribusi Industri Kreatif Blangkon Pada Ekonomi Masyarakat. *Seminar Nasional INACO*, 1(2), 1–17.
- Anwar. (2014). roses Pengambilan Keputusan untuk Mengembangkan Mutu Madrasah. *Nadwa Jurnal Pendidikan Islam*, 8 (1), 1–14.
- Arief, A. M. (2019). Industri Sepatu Diprediksi Tumbuh 5 Persen, Sneaker Mendominasi. *Bisnis.Com*, 1(1), 59–63.
- Assael. (2004). Consumer Behavior: A Strategic Approach. *European Journal of Marketing*, 35 (11), 65–79.
- Atiyah, L. A. (2017). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction. *Australian Journal of Basic and Applied Science*, 11(4), 2172–1290.
- Chang, K. . (2015). The Effects of Corporate Ownership Structure on Environmental Performance-Empirical Evidence from Unbalanced Penal Data in Heavy-Pollution Industries in China. *WSEAS Transactions on Systems and Control*, 10 (2), 145–160.
- Chang, K., & Zhang, L. (2015). The Effects of Corporate Ownership Structure on Environmental Performance-Empirical Evidence from Unbalanced Penal Data in Heavy-Pollution Industries in China. *WSEAS Transactions on Systems and Control*, 10, 2224–2285.
- Creswell J.W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Engel, J. ., & Rongger, J. (1993). *Perilaku Membeli, edisi ke 6 jilid pertama*. Binarupa Aksara .
- Fathalikhani, S., Hafezalkotob, A., & Soltani, R. (2018). Kybernetes Article information. *Journal of Consumer Marketing*, 46(10), 1–21.
- Friedrich. (2002). English in Advertising and Brand Naming: Sociolinguistic Considerations and the Case of Brazil. *English Today*, 18(3), 21–28.
- Hamali, A. yusuf. (2019). *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen*. Prenada Media Group.

- Hardiansyah, H. (2015). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. PT. Rajadrafindo Persada.
- Hardiansyah, H. (2015). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. PT. Rajadrafindo Persada.
- Hartati, A. ., Hurriyati, R., & Widjajanta, B. (2017). Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education*, 1(3), 57–64.
- Humaira, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Di Bantul. *Jurnal Akuntansi. Universitas Negeri Yogyakarta.*, 1(2), 1–18.
- Hurlock E. (1991). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Penerbit Erlangga.
- Herdiansyah, H. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kartajaya, H. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Leclerc, Scmitt, B., & Dube-Riou, L. (1994). Foreign Branding and Its Effects on Product Perceptions and Attitudes. *Journal of Marketing Research*, 31 (2), 263–279.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, 1 (4), 2107–2116.
- Mangkunegara. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nur, F., Prasetyo, B., & Nailul, F. (2013). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Management*, vol.12 no.

- Nurul Huda. (2012). "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha." Makasar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin
- Patter j, Paul, J., & Olson. (1999). *onsumer Behavior, Perilakukonsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla*. Erlangga.
- Polkinghorne, D. (1989). *Phenomenological Research Methods*. Plenum.
- Purwanto, Y., & Moordiningsih. (2005). Dinamika Perilaku Pengambilan Keputusan Perawat Dan Tenaga Paramedis Dalam Kondisi Gawat Darurat. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 6 (1), 40-58.
- R.Terry, George, & W.Rue, L. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Raharjani, J. (2005). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi KeputusanPemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang. *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi*, 2(1), 50–62.
- Rajagukguk, M. J., Sayekti, W. D., & Situmorang, S. (2013). Sikap Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Jeruk Impor Di Bandar Lampung. *Jiia*, 1 (4), 351–357.
- Reason, J. (1990). *Human error*. Cambridge University Press.
- Saleh, A. R. (2018). engarug Disiplin kerja, Motivasi kerja, Etos kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan bagian produksi PT. Inko Java Semarang. *Amongmakarti*, 11(21), 1–15.
- Schiffman, & Kanuk, A. (2004). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Juarnal Manajemen Pemasaran Petra.*, 1(2), 470–485.
- Siagian, S. (1981). *Bunga rampai manajemen modern*. Gunung Agung.
- Siswoyo. (2007). *Ilmu Pendidikan*. UNY Press.
- Soto, EM, M., & Friedmann. (2009). Foreign Branding: Examining the Relationship between Language and International Brand Evaluations. *Innovar*, 19(35):, 9-18.
- Stoner, J., Zainun, B. H., & Wankel, C. (1990). *Ringkasan buku teks management*. Perpustakaan Nasional RI.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, K. (1998). *Sistem Pendukung Keputusan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Indeks
- Tran, & Fabrize. (2013). The Effect of the Foreign Brand on Consumer Perception. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 7(2)., 29–40.
- Villar, D, A., & Segev. (2012). Chinese and American Perceptions of ForeignName Brands. *Journal of Product Dan Brand Management*, 2(5), 341–349.
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. PT Remaja Rosdakarya.