

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryaningtyas, & Triani, A. (2013). Keterlibatan Kerja sebagai Pemediasi Pengaruh Kepribadian Proaktif dan Persepsi Dukungan Organizational terhadap Kepuasan Kerja, Program Studi Bina Wisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang. *JMK*, 5(1), 23–32.
- Baharudi, & Wahyuni. (2008). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bilson, S. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, L., Kamener, D., & Yuliviona, R. (2016a). Pengaruh Atribut Produk, Sikap, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Coffee Toffee Padang. *E-Journal Universitas Bung Hatta*, 9(2).
- Dewi, L., Kamener, D., & Yuliviona, R. (2016b). Pengaruh Atribut Produk, Sikap dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Coffee Toffee Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 9(2).
- Engel, J. (2006). *Consumer Behaviour*. Mason : Permissions Department: Thomson Business and Economics.
- Ghozali, I. (2013). *Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmono, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Edisi II). Yogyakarta.
- Hermianto, J., & Andayani. (2002). Studi Perilaku Konsumen Dan Identifikasi Parameter Bakso Sapi Berdasarkan Preferensi Konsumen Di Wilayah Jakarta. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, 13, 1–10.
- Husein, U. (2008). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Isyanto, E., & Herligiani. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*. Jawa Barat: Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Khasanah, I., Pamujo, & Novian, Y. (2011). Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise. *Jurnal*, 13(1), 155–163.

- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mill). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (jilid 1 da). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Gary, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amtrong. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maretta, S., & Tarwiyah. (2013). Pengaruh produk dan kualitas pelayanaterhadap kepuasan konsumen padawarung-warung kaki lima di jalan seideli Medan. *Jurnal*, 9(1).
- Mustafid, & Gunawan, A. (2008). Pengaruh Atribut Produk TerhadapKeputusan Pembelian Kripik Pisang“Kenali” Pada PD Wira Perkaya DiBandar Lampung. *Jurnal*, 4(2).
- Priyatno. (2012). *Cara Kilat belajar Analisa Data Dengan SPSS 20* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Ofset.
- Roring, F., Mananeke, L., & Marchall, M. (2015). Pengaruh Brand Equity, Store Atmosphere Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashionable Pada 3 Second Manado Town Square. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Rosiana, M. (2014). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Smartphone Samsung Galaxy Young S6310* (Institut Pertanian Bogor). Retrieved from <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/69646>
- Saidani, B., & Ramdhan, D. . (2013). Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy(Survei Pada Pelanggan ITC RoxyMas). *Jurnal Universitas Negeri Jakarta*, 4(1).
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (ANDI, Ed.). Yogyakarta.
- Santoso, S. (2000). *Latihan SPSS Statistik Parmetik*. Jakarta: Gramedia.

- Santoso, & Purwanti. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat Im3. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being. Eight Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education*.
- Suatma, J. (2013). Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang, Semarang. *Jurnal STIE Semarang ISSN 2252-7826*, 5(2).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia,.
- Susanto, A. (2013). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak (Universitas Negeri Semarang)*. Retrieved from <https://lib.unnes.ac.id/18429/>
- Suswardji, E., Hasbullah, R., Albatross, E., & Pendahuluan, A. (2012). Hubungan kompetensi dan disiplin kerja terhadap kinerja tenaga kependidikan universitas singaperbangsa karawang. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 955–979.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wikipedia. (2011). Parfum.