

DAFTAR PUSTAKA

- Argen. (16 April 2013). *Definisi Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran Menurut Para Ahli*. Diakses dari <http://argen26.blogspot.co.id/2013/04/definisi-pemasaran-dan-komunikasi.html> pada tanggal 12 Oktober 2016.
- Ariyan, H. (2013). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padang. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.
- Ditasari, V dan Sudarsono, J (2014). Pengaruh *Materialism Happiness*, *Materialism Centrality* dan *Materialism Success* Terhadap *Impulsive Buying* dan Efeknya Pada *Compulsive Buying Behavior* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Yang Berbelanja Pakaian Di *Department Store* di Yogyakarta). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Jakarta: Gema Pertama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPFE.
- Hasan, A. (2008). Diakses dari [http://a-research.upi.edu operator/upload/s_pea_0801101_chapter3.pdf](http://a-research.upi.edu/operator/upload/s_pea_0801101_chapter3.pdf) pada tanggal 2 November 2016.
- Husaini, Usman, dkk. (2003). *Pengantar Statistika*. Jakarta : Bumi Askara.
- Rachmat, R. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsika).
- Sari, N. P dan Widowati, R. (2015). Hubungan antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan Perilaku *Compulsive Buying* (Pembelian Kompulsif) Pada Masa Remaja Akhir Di Samarinda. *eJournal Psikologi* 2016, 4 (4) : 361 – 372.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung : Alfabeta
- Sukoco, B. M dan Hartawan, R. A. (2011). Pengaruh Pengalaman Dan Keterikatan Emosional Pada Merk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, Tahun 4, No. 3, Desember 2011. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Airlangga.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : ANDI
- Telaga, C. (10 Juni 2013). *Bauran Pemasaran Menurut Menurut Kotler dan Armstrong*. Diakses dari <http://cahtelaga.blogspot.co.id/2013/06/bauran-pemasaran-menurut-menurut-kotler.html> pada tanggal 12 Oktober 2016.
- Wijaya, I dan Karina, R. (2014). Pengaruh *Ideal-Self* Terhadap *Emotional Brand Attachment*, Melalui *Product Involvement*, *Public Self-Consciousness*, Dan *Self-Esteem* Di Artotel Surabaya. Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Petra Vol.2*, No. 1, (2014) hal 1-14.
- Yuniasih, E. (2015). *Perencanaan Ekonomi*. Diakses dari <http://www.ekonomiplanner.com/2014/06/pengertian-manajemen-pemasaran.html> pada tanggal 12 Oktober 2016.
- Yunitasari, H Dan Yuniawan, A. (2006). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi. Volume 3*, Nomor 2, Juli, Tahun 2006, Halaman 15.