

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)", *Jurnal*, Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, 2014.
- Aditha Maharani Dewi."Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Penjualan Produk Kuliner Lokal", *Jurnal Ekonomi Unicersitas Kadiri*, Ekonika 1 Vol 3. No. 1, April 2018.
- Danang Sunyoto, *analisis regresi dan uji hipotesis*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Desita Ratna Dewi dkk, "Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Probiotik Merek Yakult (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult Di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta)", *Jurnal*, Surakarta: Fakultas Ekonomi Manajemen, UNIBA, Surakarta, 2016.
- Dian Puspita Rini, "Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No.53 Yogyakarta)".*Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).
- E. Desi Arista dan Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen", *Jurnal Aset*, Vol. 13 No. 1, Maret 2011.
- Elizabeth Ginting, "Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek "Samsung" (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur) Periode Bulan Maret - Mei 2015", *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 5 No. 2 Oktober 2016.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Evanina Sianturi dkk, "Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Blackberry", *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*, Vol 1 No.2 April - Juni 2012.
- Evelyn Wijaya dan Rudi Keristiano, "Pengaruh Kelas Sosial, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Royal Platinum

- Pada Pt. Platinum Kejayasindo”, *Jurnal*, Pekanbaru: Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia, 2015.
- Febri Anggara Putra, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Konsumen iPhone Di Universitas Brawijaya)”, *Jurnal*, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2014.
- Herdian Rizky Yuniyanto dan Hani Sirine. “Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 8, 2018.
- Imam Ghozali, *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS Ver.5.0*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008.
- Juli E.S Towoliu dan Willem. J.F.A Tumbuan, “Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Mansuri, *Modul Praktikum Eviews, Analisis Regresi Linier Berganda Menggunakan Eviews*, Jakarta: BPFE Universitas Borobudur, 2016.
- Mariani Shoshana Giantara dan Jesslyn Santoso, “Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya”, *Jurnal*, Surabaya: Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia, 2013.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Moh Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana 2010.
- Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2005.

- Rozikin dkk, “Pengaruh Harga, Iklan Televisi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang”, *Jurnal*, Semarang: Jurusan Managemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang, 2014.
- Rusman Irwansyah dkk, “Faktor Kebudayaan, Kelas Sosial, Sikap, Kepribadian Dan Persepsi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kain Sasirangan Di Kotamadya Banjarmasin”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 3, Oktober 2014.
- Setyo Ferry Wibowo dan Maya Puspita Karimah, “Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, 2012.
- Silvia Syifa dkk, “Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetika Khusus Pria (Studi Kasus Merek Nivea Men di Kota Pekanbaru)”, *Jurnal Universitas Riau Pekanbaru Baru, JOM Fekon* Vol. 1 No. 2 Oktober 2014
- Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2008).
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sylvia Kartika dan Rosyid Sidig, “Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 Cc”, *Jurnal Digest Marketing*, Vol. 3 No.1, Januari – Juli, 2018.
- Tentang Eiger**, <https://eigeradventure.com/tentang-eiger> (diakses, 7 November 2018).