

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. 2016. Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2016, 4 (3): 402-412 ISSN 2502-597X, *ejournal. ilkom. fisip-unmul.ac.id*.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, Henry. 2001. *Cunsomer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson-Learning.
- Asshidieqi, Fuad dan Mudiantoro. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Crozz di Distro Ultra Store Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. “Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3”. *Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007*.
- Azwar, S. 2009. *Reliabilitas dan Validitas* (Edisi ke 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Diyatma, Aris Jatmika. 2016. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *Jurnal. Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom*.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Engel, James F, *et.al*. 1995. *Consumen Behavior Alih Bahasa: Budiyanto Jilid 1 dan 2*. Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-teori Komunikasi. Penerjemah: Soejono Trimono*. Bandung: Remaja Karya.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. 1998. *Consumer behavior*. Bussiness Publication, Inc.
- Jogiyanto. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kennedy, J.E. dan Soemanagara, R. Dermawan. 2009. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Kertajaya, Hermawan. 2013. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Tenth Edition*”, Prentice Hall International, Inc., New Jersey.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing management, millenium edition north western University New Jersey*. Prentice Hall Inc.
- Lee, Monle dan Johnson Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Prenada Media. Jakarta.
- Loo Sin Chun. 2011. *The Impact of The Special Dividend Announcement on The Stock Return: The Case of Malaysia*. Journal of International Business Research, Volume 10, Special Issue Number 1.
- Lubis, Ikhsan Bismo Hidayat. 2016. Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans (Studi Kasus Pada *Followers* Twitter @VHeadID). *Jurnal*. Yogyakarta: UNY.
- Majalah Marketing Edisi 08/XIV/Agustus/2014, WSJ, *Event Veritrans: Rise of E-Commerce*.
- Muhson, Ali. 2011. *Aplikasi Komputer*. Yogyakarta: FISE UNY.
- Olson, Jerry C., dan Peter, J. Paul 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Park, C.H., & Kim, Y. G. 2003. Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior In An Online Shopping Context. *International Journal of Retail & Distribution Management, Vol.31, No.1, pp.16-29*.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Erlangga: Jakarta.

- Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sistaningrum, Edyningtyas. 2002. *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno Hadi. 2004. *Statistik*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wilbur, Schramm. 1981. *Asas-asas Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: LP3ES.
- Wolfenbarger, M.F. and Gilly, M.C. 2003. *Etailq: Dimensionalizing, Measuring And Predicting Etail Quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 79 No. 3, pp. 183-98.