

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. J. (2010). Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Semarang).
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amstrong, M. (2009). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice 11th Edition*. United Kingdom: Kogan Page.
- Bilondatu, M. R. (2013). Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa. *Jurnal Emba*, 1(3), 710–720.
- Coulter, S. P. R. and M. (2004). *Manajemen*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit.
- Ghozali. (2009). *Ekonometrika*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guay et.al. (2010). *Intrinsic, Identified, and Controlled Types of Motivation For School Subjects in Young Elementary School Children*. *British Journal of Education Psychology*, 80(4), 711-735.
- Haliana, N. (2006). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merk

Indomie.

Kotler, P., & Lane, K. K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey:

Prentice Hall.

Lindawati. (2005). Analisis kesadaran merek, persepsi kualitas, dan asosiasi

merek dalam ekstensi merek pada produk lifebuoy di surabaya.

Luthans, F. (2006). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Mary, V. A. Z. and B. J. (2008). *Service Marketing*. New York: The

McGraw Hill Companies, Inc.

Michael R Solomon. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having, and*

Being. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.

Phillip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks

Kelompok Gramedia.

Phillip Kotler, & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (Global

Edi). Pearson Education.

Santoso, D. T. T. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor

Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Dalam

- Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus
Kab. Semarang. *Jurnal Among M Akarti*, 6(12), 112–129.
- Saputra, R., & Semuel, H. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi , Persepsi ,
Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu
Xenia di Sidoarjo, 1(1), 1–12.
- Sasongko, F. A., & Khasanah, I. (2012). Analisis Pengaruh Motivasi
Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap
Keputusan Pembelian PC Tablet iPad (Studi Pada Konsumen iPad di
Semarang).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior 7 Edition*.
New Jersey: Prentice Hall Inc, Upper Saddle River.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior, 8th*. New
Jersey: Prentice Hall Inc.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *perilaku konsumen edisi ketujuh*.
Jakarta: Penerbit PT Indeks.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi
dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sigit, S. (2002). *Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Sriwardiningsih, E., Angelia, L., & Aulia, L. (2006). Pengaruh Perilaku
Pembelian Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Komputer
Notebook Di Lingkungan Mahasiswa Binus Internasional, 7(1), 14–25.

- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya, *XIII*(2), 140–146.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomi Terapan Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Swasta, B., & Handoko, H. (2002). *Manajemen Permasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi , Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “ Honda ” di Kawasan Surabaya Barat, 30–37.
- Widoyoko. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yunita, S., Wahyu, H., & Sendhang, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio (Studi Pada Yamaha Agung Motor Semarang).