DAFTAR PUSTAKA

Adrian Hartono (2012). Pengaruh Display, Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Persepsi, Harga Terhadap Intensi Pembelian dan Pembelian Tak Terencana. *Jurnal Ekonomika Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana,* dan 1 (1), 1 – 22

Buchari Alma . 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta

Damodar N. Gujarati. 2003. *"Basic Econometries"* Fourth Edition McGraw – Hall, New Jersey.

Kottler, Philip. 2000. *Marketing Manajemen.* The Millenium Edition, Prectice.

Masri Singarimbun. 2011. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : LP3ES

Mirella Mihic. 2006. Buying Behaviour and Comsumption. *Journal International Faculty Of Economic.* Vol 12, pp 20 – 31

Perpusatakaan Program Eksistensi UNPAD. 2003. Bandung

Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran.* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Saladin H, Djaslim ; SE dan Marty, Yevis Oesman; SE, ; 1997. *Intisari Manajemen Pemasaran.* PT. Media IPOTEK. Bandung

Schiffman, L., & Kanuk, L/ 2004. *Perilaku Konsumen.* New Jersey : Prectice Hall Elex Media Komputindo. Jakarta

Singgih Santoso. 2002. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional.*

SP, Abdi. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi.* Edisi ke 1, Alfabeta. Bandung

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung : Alfabeta

Sunyoto, Danang ; SE. 2013. *Perilaku Konsumen, Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen.* Caps Penerbit : Yogyakarta

Swastha, Basu. 1998. *Manajemen Penjualan.* Edisi ke 3, BPFE. Jogjakarta

Umar Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

UNIKOM. *Pedoman Penyusunan Skripsi.* 2012. Bandung