DAFTAR PUSTAKA

Agus, Rahayu & Gita, Anggarini. 2009. *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Audio Sony (Survei Pada Konsumen Di Toko Aneka Irama Jalan ABC Bandung)*. Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis Strategic, Volume 8, Nomor 16, September 2009

Ananthya Costulata Syarief.2016. *Pengaruh Store Atmosphere dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mon Cherie Dessert Bar Bandung*

Aris Jatmika Diyatma. 2017. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. ISSN : 2355-9357 e-proceeding of Management : Vol.4, No. 1 April 2017

Assael, Henry. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Action. Fifth Edition. Cincinnati Ohio. South-Western College Publishing*.

Bagas Aji Pamungkas & Siti Zuhroh.2016. *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Worl Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*. Komunikasi, Vol.X No. 02, September 2016: 145-160

Boy Winawan & Ni Nyoman Kerti Yasa. *Pengaruh Penataan Produk, Jenis Kelamin, dan Daftar Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus pada Konsumen Ritel Di Kota Denpasar)*

Eko Sri Suhariyanto.Google.co.id/amp/s/*UangTemanBerita-promosi-berbisnis*/amp/

Evelina, nela dkk.2012"*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomselFlexi".Diponegoro Journal of Social and Politik.hal* 1-11.

Fandy Tjiptono.2001, *Manajemen Jasa*, Penertbit Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2008. *Pemasaran Strategik.*Yogyakarta:Andi.

Ferrinadewi, Erna, 2005. "*Hubungan Kepercayaan Antara Konsumen dan Merek," Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis & Sektor Publik*, vol. 1, no 3, pp. 230- 244.

Ferrinadewi, Erna & Didit Darmawan, 2004, Perilaku Konsumen : *Analisis Model Keputusan*, Universitas Atmajaya Press, Yogyakarta.

Fisk Peter.2006. *Marketing Genius*. Jakarta:PT.Gramedi

Hatane Semuel & Kelvin Yohanes Setiawan. 2018. *Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu*

Olahraga. Program Studi Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra

Holila Hatta & Muhammad Salman. 2016 . *Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab di E-Commerce* holila.hatta@bakrie.ac.id. Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21, Nomor 1. Universitas Bakrie, Jakarta

http://definisimu.blogspot.com/2012/08/definisi-inovasi.html?m=1

https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/*riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia*.

http://innovation-journey.blogspot.com/2009/07/evolusi-inovasi.html

Kotler, Amstrong.2001.*Prinsip-Prinsip Pemasaran,* Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta:Erlangga

Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran,Jilid 1, Edisi 12. Jakarta. Erlangga. Indeks.

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran,Jilid 1, Edisi 13. Jakarta. Erlangga

Made Mahesa Mahendra & I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. *Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik The Body Shop Di Kota Denpasar*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia

Mangkunegara, A.A. Anwar P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama

Muhammad Rafi Ikhsan. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indra Cellular Kudus.* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang

Nurgiantoro, singgih. 2014. *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimensi Word Of Mouth Marketing (Studi Pada Konsumen Produk Garskin Merek Sayhello Di Kota Yogyakarta).* Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta

Peter, P,J & Olson, Jerry, C. 2009.Costumer Behavior, Jilid 2, Edisi Kelima (alih bahasa Damos Sihombing). Jakarta.Erlangga

Resa, Irawan.2016. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Café Bandung*

Rizki, F. Mahar. (2012, 27 Mei). *Online shopping kebutuhan dan gaya hidup. Dilihat dari* http://www.kompasiana.com/fikrianamaharrizqi/onlineshopping-kebutuhan-dan-gaya hidup 54ffcf298133117d22fa6fa6

Umi Narimawati.2008.*Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Teori dan Aplikasi Bandung: Agung Media.

Umi, Narimawati., Sri Dewi, A., & Linna, I. 2010. Penulisan Karya Ilmiah: *Panduan Awal Menyusun skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi* Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM, Bekasi : Genesis

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. 2004. Statistika untuk Penelitian, Cetakan Keenam. Bandung. Alfabeta.

Soenarto, dkk., 2018. Pengaruh Kewirausahaan, Inovasi & Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Wedges. Vol. 1, No. 1; Januari 2018 cetak / Vol.1, No. 1; April 2018 online, 8 - 13 ISSN: 2614-3968 cetak / ISSN: 2615-6237 online

Swastha, Basu, Hani Handoko. (1987). Manajemen Pemasaran: *Analisa perilaku konsumen,* Yogyakarta: Liberty.

Syafira Putri Kinanti & Berlian Primadani Satria Putri.2017. *Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic*.Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. Jurnal Komunikasi ISSN 2085-1979, EISSN 2528 2727 Vol. 9, No. 1, Juli 2017, Hal 53 - 64

Widawati, Lisa. 2011. *Analisis Perilaku "Impulse Buying" dan " locus of control" pada konsumen di Carrefour Bandung* . MIMBAR, 27 (2),PP:125-132.

Winda Febri Mustika & Dewi Puri Astiti. 2017. *Gambaran Pengambilan Keputusan Remaja Putri Dalam Perilaku Belanja Online.* Jurnal Psikologi Udayana 2017, Vol.4, No.2, 379-389. Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana.

Wahyunanda Kusuma Pertiwi & Reza Wahyudi. 2018. Artikel di Kompas.com dengan judul "*Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*".