

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Jamaludin, Zainul A., dan Kadarismasn H. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)..
- Tresna S. Nurlaeladan Sri Wiludjeng. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. "X"..
- Natasya Putri Andini, Suharyono, dan Sunarti (2014). Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Adminis Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram).
- Murya, T. P dan Wulandari, A. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kandang Bandung. Prosiding SnaPP; Sosial, Ekonomi dan Humaniora 6(1), 229-236
- Novita Ekasari (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambimba Empat.
- Lutfie, Harrie, and Rahmat Hidayat. "Descriptive Analysis of Reference Group and Family to Decision Purchase Phone Touchscreen." In *Proceeding 12th ADRI 2017 Internasional Multidisciplinary Conference and Call for Paper, Bogor*, p. 171. 2017.
- Hidayat, Rahmat, and Agus Maolana Hidayat. "Contribution of Environment Online Store for Purchase Decision (A Case Study Online Store Hypermart—Bandung)." *Advanced Science Letters* 23, no. 1 (2017): 292-294.
- Kartinasari, Mursalini, and Rahmat Hidayat. "Pengaruh Media Iklan (above the line & below the line) produk indihome fiber terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Bandung kota)." *eProceedings of Applied Science* 1, no. 3 (2015).

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2014). *Principle of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Principle of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunjoyo, (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset: Program IBM SPSS 21.0*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo *et al.* (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset: Program IBM SPSS 21.0*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Jakarta: Change Publica.
- Szymanski, D. M. and Henard, D.H. (2016). *Customer satisfaction: A meta-analysis of the empirical evidence*. *Academy of Marketing Science Journal*. Vol. 29. No. 1. pp. 280-293.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2014). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2.  
Yogyakarta: C. V Andi Offset.

Zikmund.W.G dan Babin.B.J. (2013). *Essentials of Marketing Research -5/E*.  
China: South-Wester Cengage Learning.

**Website**

[www.mukenafathiya.co.id](http://www.mukenafathiya.co.id), diakses tanggal 20 Februari 2018.

[www.apji.or.id](http://www.apji.or.id), diakses tanggal 20 Februari 2018.