

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, D.H. 2001. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Manabung di Bank Sebagai Dasar Penentuan Pola Pemasaran Tabungan. *Jurnal Manajemen*, Vol. 1 (1), h.14-31.
- Alma, B. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, S., 2008. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , 2009. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Chaplin, J.P. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Alih Bahasa: Kartini Kartono. Jakarta: Rajawali Pers
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Alih Bahasa: FX Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Semarang: BP Undip
- Hiam, C.H. and Schewe, A. 1993. Relationship Marketing and Its Effects on Customer Retention. *ABR and TLC Conference Proceedings*.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Wilhelmus W. Bakowatun. Jakarta : Intermedia
- Loudon and Bitta, A.J.D. 1993. *Consumer Behaviour*. New York: McGraw Hill International Ed.
- Lupioyadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi I. Jakarta: Salemba Empat.
- Merdiani, A. 2007. Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Kecenderungan Gaya Hidup *Experiencers*

pada Siswa Kelas XI SMA LabSchool Jakarta. ***Skripsi*** (Tidak Diterbitkan), Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

O' Sears, D., Freedman, J.L. dan Peplau, L.A.1991. ***Psikologi Sosial***. Jilid II. Alih Bahasa: A. Michael. Jakarta: PT. Erlangga.

Payne, A. 2005. ***The Essence of Service Marketing: Pemasaran Jasa***. Alih Bahasa: Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Andi Offset.

Prijonggo, W. 1999. Pengaruh Diskrepansi Antara Persepsi Ideal dan Aktual Pada Surat Kabar Surya Terhadap Intensi Membeli. ***Anima***. Vol. 14, No. 54. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

Samboro, J. 2008. Kajian Perilaku Konsumen Berdasarkan Teori Psikologi Behavioristik. ***Jurnal Administrasi dan Bisnis***, Vol. 2 (1), Juli: 13-22

Sarwono, S. 2006. ***Teori-Teori Psikologi Sosial***. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Sekaran, U. 2000. ***Research Method for Business: A Skill-Building Approach***. Third Edition. New York: John Wiley and Sons, Inc

Setiadi, N.J. 2003. ***Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran***. Jakarta: Kencana.

Sihotang, A. 2009. Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsif pada Remaja. ***Skripsi*** (Tidak Diterbitkan), Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

Singoringo, H. 2004. Peran Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. ***Jurnal Ekonomi dan Bisnis***, No. 3 (9): 125-137.

Swastha, B. 2000. ***Azas-azas Marketing***. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, B. dan Handoko, T.H. 2001. ***Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen***. Yogyakarta: Liberty

Swastha, B. dan Sukotjo, I. 2001. ***Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern***. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.

Tim Fakultas Psikologi UI. 2009. ***Psikologi Sosial***. Editor: Sarlito W. Sarwono dan Eko A. Meinarno. Jakarta: Salemba Humanika.

Tjiptono, F. 1997. ***Manajemen Kualitas Jasa: Teori dan Praktik***. Yogyakarta: Andi Offset

-----, 2004. ***Manajemen Jasa***. Yogyakarta: Andi Offset

Walgito, B. 2006. ***Psikologi Umum***. Yogyakarta: Andi Offset

