

### Daftar Pustaka

- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian (Survey Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Menggunakan Smartphone iPhone) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 50 No.2* , 1-10.
- Christianus, I. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Skripsi Sanata Dharma* , 1-134
- David, JamesMassie, & Jefry. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone . *Jurnal EMBA Vol. 5 No.3* , 1-10.
- Dian, N. F., & Artanti, Y. (2013). Pengaruh Kelompok Acuan dan Atmosfer Restoran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbuks Cafe. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1 No.2* , 1-14. , 1-12.
- Dr. Etta Mamang Sangadji, M., & Dr. Sopiah, M. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S. M. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Grup .
- Fadila, N. R. (2016). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Refrensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Crosc (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNAND). *e-Journal Manajemen Vol.1 No.1* , 1-10.
- Fatharani, A., Lubis, N., & Dewi, R. S. (2016). Pengaruh Gaya hidup, Harga, dan Kelompok Refrensi terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackbery (Study pada Mahasiswa Program S1 Angkatan 2009 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *e-Journal Universitas Diponegoro* , 1-20.
- Ferdinand, Augusty. 2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Yogyakarta : BPF
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* . Yogyakarta: Caps.
- \_\_\_\_\_ (2004). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* . Yogyakarta: Caps.
- Hendri Apriyandani, E. Y. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 50 No. 2* , 1-10.

- Mudrajad, K. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Pranadamedia Grup.
- Philip Kotler. Alih Bahasa Hendra Teguh S.E, R. A. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kolomok Gramedia.
- Rochaety, Eti, Ratih Tresnawati, & H. Abdul Madjid Latief. 2009. “*Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS edisi revisi*”. Jakarta: Mitra Wacana.
- Rorlen. (2007). Peran Kelompok Acuan dan Keluarga Terhadap Proses Keputusan Membeli. *Jurnal Vol 3 No 2* .
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, 2002. *Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit PT Gramedia, Jakarta
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi 5 Jilid 1. Alih Bahasa : Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari* . Jakara: Erlangga.
- Solimun. (2002). *Structural Equation Modeling LISREL dan Amos*. Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya Malang.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

\_\_\_\_\_ (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

\_\_\_\_\_ (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supranto, M. A., & Nandan Limakrisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Offset.

Ulfa, R., Wulandari, D., & N.AriSubagiyo. (2014). Pengaruh Hijabers Community terhadap Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian Hijab pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. *e-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Vol 1 No 1* , 67-71.

Wibowo, A. F., & Riyadi, E. S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang). *Seminar Nasional Riset dan Bisnis ISBN: 978-602-361-067-9* , 1-17.

Widjaya, E., Kumadji, S. K., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian "(Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Departement Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 38 No. 02* , 1-10.

Zahra, N. H., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Sikap dan Niat Pembelian Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen di Rumah Makan Kimbap Rina, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37 No 2* , 1-8.

Zubaidah. (2016). Pengaruh Keluarga, Kelompok Referensi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent pada Pengunjung Carrefour Palembang Square.

<http://www.nibras.co.id/> diakses pada juli 2018

[www.kemenprin.go.id/](http://www.kemenprin.go.id/) diakses pada juni 2018

[. \(www.kemenprin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia\)](http://www.kemenprin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia) diakses pada juli 2018

[\(https://bajumuslimnibrasbekasi.blogspot.com\)](https://bajumuslimnibrasbekasi.blogspot.com) di akses pada juli 2018