

Daftar Pustaka

- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hsu, M. H. (2008). *Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behavior, Behavior and Information Technology*.
- Husein, 2009, *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Edisi kedua, Rajagrafindo Persada Jakarta.
- Kanuk, S. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kinrear, T. (2007). *Riset Pemasaran (Terjemahan oleh Thamrin)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, and Keller. (2013). *Marketing Management (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga
- Kusuma, E. (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 3, 4.
- Nitisusastro. (2012). *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif kewirausahaan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Nurahma, H (2008). *Pedoman Karya Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas negeri Jakarta*. Dipetik 7 11, 2018, dari fe.unj.ac.id http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PENULISAN-KARYA-ILMIAH_0.pdf
- Olson, P. (2010). *Consumen Behavior & Marketing Strategy*. Jakarta: McGraw-Hill Irwin.
- Saputri, F. Y. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Keterlibatan, Loyalitas, Familiaritas dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Private Labe. *Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*, 2, 8.
- Schiffman, K. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari. (2012). elib.unikom.ac.id. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*, 19.

Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (2 ed.). Jakarta: Graha Ilmu.

Widjajanta, A. H. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, 2, 3.