



DAFTAR PUSTAKA

© Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang diperjualbelikan atau digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. C.W. Chen 2011 “Statistical Analysis for Consumers’ Intensions of Purchasing Cosmetic” pp. 825-8276
- Hsu, Yi Liwei Hsu, Chung-Wen Yeh 2010 “A Cross-cultural Study on Consumers’ Level of Acceptance Toward Marketing Innovativeness” Pp. 1215-1228
- Iffkha Marya, 2013 “Social class is a myth or reality in buying behavior” pp. 713-718
- Lin, Su-Ju, Chao-Hua Li 2011. *Consumer Behavior and Perception of Marketing Strategy for Amusement Parks: A Case Study of Taiwan.* pp. 4705-4809
- Makgosa, R. dan K Mohube. 2007. *Peer Influence on Young Adults’ Product Purchase Decisions.* pp. 064-071
- Ms. IemaPatil, Dr.BBakkappa 2011 “The influence of culture on cosmetics consumer behavior” pp 41-47
- Peter, J. Paul., Jerry C. Olson, 2010, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Ninth Edition, New York: McGraw-Hill.
- Sadeghi, Tooraj, Khadijeh Ghaemmaghami T., Asieh Noroozi 2011 “The Effective Factors Related with Feelings, Brand Perception, and Purchase Decision Under a Model” pp. 12025-12030
- Schiffman, Leon, Leslie Kanuk, 2001, *Consumer Behavior*, Australia: Pearson Education.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.