

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: Free Press.
- Aaker. D, A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama Prenticehall.
- Aliyan, I, M. (2015). *Pengaruh Citra Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Peanggan (Studi Pada Konsumen Toko Gunung Agung Cirebon Mall)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vo, 4, No. 2.
- Arnould, E., Price, L., Zinkan, G. (2005). *Consumers 2nd ed*. Singapore: McGrawHill/Irwin.
- Astuti & Hanan. (2011). *The Behaviour of Consumer Society in Consuming Food at Restaurants and Cafes*. Journal of ASIAN Behavioral Studies, 1, (1).
- Ati, Sisilia Elnora Ilpetra Sriyanti Tae. (2000). *Hubungan Antara Pengaruh Kelompok Referensi Dengan Loyalitas Merek*. Skripsi [online]. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Dapat di download <http://eprints.unika.ac.id/>.
- Azwar. S. (2010). *Metode Penelitian* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. S. (2013). *Metode Penelitian* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, A, R., & Byrne,D. (2005). *Psikologi Sosial Jilid 2 Edisi 10*. Jakarta: Airlangga.
- Bearden, W.O., Netemeyer, R.G., & Teel, J.E. (1992). *Consumer Susceptibility To Interpersonal Influence and Atributional Sensitivity*. Psychology & Marketing Proquets Psychology Journals. 9(2) 379.
- Carmen (2008). *Considering About Group Influence On Consumer Behavior*. Craiova. Faculty od Economiy and Business Administration.
- Diwyanda, B, A. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup, Merek, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Produk iPad Pada*

*Mahasiswa/I di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Skripsi diterbitkan. [Online] dapat di download di:*

<http://repository.usu.ac.id/handle/13456789/43563>.

Dodds, William B; Monroe, Kent B; Grewal, Dhruv. (1991). *Effects of Price, Brand, And Store Information on Buyers Product Evaluation*. Journal of Marketing Research, Vol. 28 Agustus.

Engel, F. J., Blackwell, D. R., Miniard, W. P. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta : Binarupa Aksara.

Fuhrmann, B.S. (1990). *Adolescence, Adolescent*. London: Foresman and Company.

Giddens, Nancy (2002). *Brand Loyalty*. Missouri Value-added Development Center, University of Missouri.

Gounaris, S., & Stathakopulus, V. (2004). *Antecedent And Cosequences Of Brand Loyalty: An Empirical Study*. Journal of Brand Management. (Online) Vol. 11. Iss, 4;pg283, 24pgs.

Halim, M. S. (2009). *Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Sun Plaza Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera.

Hall, C.S., & Lindzey, G. (1993). *Teori-teori Psikodinamik (Klinis)*. Alih bahasa : Yustinus. Editor : Supratiknya. Yogyakarta: Kanisius.

Hawkins, D. I. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Eleventh Edition, 2010. New York: McGraw- Hill.

Herlyana, E. (2012). *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. *Thaqāfiyyāt*, Vol. 13, No. 1, Juni 2012. [Online] dapat di download:\

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=113334&val=5173>.

Hotpascaman, S. (2010). *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Pada Remaja*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara, Sumatera.

<http://news.detik.com/bandung>. Diakses pada Januari 2016.

- <http://www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id>. Diakses pada November, 2014.
- Ihsan, H. (2013). *Metode Skala Psikologi*. Bandung: Tidak diterbitkan.
- Kasali, R. (2001). *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targetting Position*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasalli, Renaldh. (2007). *Change* (edisi Sembilan). Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Depdiknas (2000).
- Kerlinger. Fred N. (2004). *“Asas-asas Penelitian Behavioral”*. Yogyakarta: Universitas Gadjahmada.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (1995). *Manajmen Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Alih bahasa : Teguh. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kusnendi. (2008). *Model-Model Persamaan Struktural*. Bandung. Alfabeta.
- Lamb, Hair, & Mc. Daniel. (2001). *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Legina, P, A. (2015). *Hubungan Patronage Buying Motives Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Marconi, J. (1994). *Beyond Branding*. Malaysia : S. Abdul Majeed & Co.
- Marketeers Editor. (2015, Januari 12). *Menguak Rahasia Minuman Baru Starbucks*. Diunduh dari [marketeteers.com/.../](http://marketeteers.com/.../) Menguak Rahasia Minuman Baru Starbucks.
- Maukar, D.C., (2013). *Hubungan Konformitas Remaja dan Identitas Sosial dengan Brand Loyalty Pada Merek Starbucks Coffee Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. Fakultas Psikologi Vol.2 No.2. [Online] dapat di download:

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=113334&val=5173>.

- Mowen, John C. (1995). *Consumer Behavior 4th ed.* Jersey: Prentice Hall
- Myers, D. G. (1996). *Social Psychology 5th* New York. McGraw-Hill Companies, Inc.
- Myers. G, D. (2010). *Psikologi Sosial (Social Psychology) Edisi 10.* Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.
- Nugraheni,P.N.A. (2003). *Perbedaan Kecenderungan gaya Hidup Hedonis Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal.* Skripsi diakses 1 Desember 2014.
- Okiriswandani, F. (2013) *Gaya Hidup Santai Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Penikmat Coffee Shop di Starbucks Coffee ).* Tesis. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Peter, J. P., Olson, J. C. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy 6th ed.* New York: McGraw-Hill/Irwin
- Putra, Y. P. A., (2010). *Pengaruh Identitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek (Studi Pada Pelanggan Starbucks di Surabaya).* Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya : Universitas Pembangunan Nasional.
- Robert A. Baron & Donn Byrne. (1977). *Social Psychology Understanding Human Interaction 2nd Edition.* Allyn and Bacon, Inc.
- Royan, F.M. 2004. *Marketing Celebrities.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, S, W. (1995). *Psikologi Lingkungan.* Jakarta : Grasindo
- Sarwono, S, W. (2005). “*Psikologi Sosial : Psikologi kelompok dan psikologi terapan*” Jakarta : Balai Pustaka.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L.L (2004) *Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT Indeks group Gramdeia.
- Sears, D.O., Freedman, J.L., & Peplau, L.A. (1985). *Psikologi Sosial.* Jakarta: Erlangga
- Sears, D.O., Freedman, J.L., & Peplau, L.A. (1991). *Psikologi Sosial. Alih bahasa Michael Adryanto dan Savitri Soekrisno. Ed. 5, Jil. 1.* Jakarta: Erlangga.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta
- Solomon, M.R. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education: New Jersey.
- Sugioyono. (2007). *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana., & Sim., E.P. (2012). *Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelia Konsumen Pada Produk Blackberry*. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*., Vol 12, No.1, April 2012:148-156. [Online] dapat di download: <http://jurnal.stiekesatuan.ac.id/index.php/jir/article/view/268>.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sumionto, B., Widhiarso, W. (2013). *Aplikasi Model Rasch untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Trim Komunikata Publishing House: Cimahi.
- Sustina. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Uncles, M. D., Dowling, G. R., Hammond, K. (2003). *Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs*. *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 20. No. 4.
- Wicaksana, G, E, G. (2014). Analisis Loyalitas Konsumen Starbucks Terhadap Brand Starbucks di Surabaya. *Journal Universitas Airlangga, Volume : 3 / No. : 2 / Pub. : 2014-06*.

Wiggins, J.A, Wiggins, B.B, dan Zanden, J.V. (1994). *Social Psychology ed. 5*.  
New York: Mc. Graw-Hill.

Zikmund, W, G., Sciglimpaglia D., Lundstrom, J, W., & Cowell, G, D. (1984).  
*The Effects Of Gender And Product Stereotyping On Conformity  
Judgements : An Experiment*. *Advance in Consumer Research*, 11, 265-  
269.