

Daftar Pustaka

- Admosphere, N. (2014, June). *ABCDE Socio-economic Classification: Specification for 2018*. Retrieved from <http://www.nielsen-admosphere.eu/wp-content/uploads/2014/06/Nielsen-Admosphere-ABCDE-classification-specification-2018.pdf>
- Ali, M. (2009). *Pendidikan untuk Pembangunan Nasional - Menuju Bangsa Indonesia yang Mandiri dan Berdaya Saing Tinggi*. Jakarta: Intima.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian (Suatu pendekatan Praktek) Edisi Revisi 2010*. Jakarta: Rianeka Cipta.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rianeka Cipta.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action. Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baridwan, Z. (2007). *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode*. Yogyakarta: YKPN.
- Blythe, J. (2000). *Marketing Communications. Essentials*, England: Financial Times Prentice Hall.
- Cekaja.com. (2017, Februari 21). *Yang Membedakan Pria dan Wanita Dalam Memilih Mobil*. Retrieved from <http://www.cekaja.com/info/yang-membedakan-pria-dan-wanita-dalam-memilih-mobil/>
- Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2001). *Marketing Management South-Western*. Cincinnati, USA: College Publishing.
- Detik.com. (2012, September 26). *Wanita Lebih Suka Mobil Yang Bersih Dibanding Yang Kencang*. Retrieved from <https://oto.detik.com/catatan-pengendara-mobil/2036630/wanita-lebih-suka-mobil-yang-bersih-dibanding-yang-kencang>
- Dewi, D. R., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2015). Pengaruh Word of Mouth, Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Pada Minat Beli ulang Konsumen (Studi Kasus pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Journal of Mannagement, 1 (1)*, 1-19.

- Etzel, M. J., Walker, J. W., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing 12th Edition*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2008). *Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Ginting, E. D., & Meiyanto, S. (2010). Postpurchase Dissonance Observed from Consumer's Intention as an Inovator, Ability as Opinion Leaders and Level of Creativity. *Jurnal Psikologi Volume 37*.
- Hamzan, W., & Bayu, R. (2013). Hubungan Variabel Demografi dengan Respon Konsumen terhadap Iklan Merek Top Coffe di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi*, 2(9), 1036-1052.
- Hauser, P. M., & Duncan, D. (1959). *The Study of Population: An Investory and Appraisal*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2014). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 12th Edition*. New York: McGraw Hill Education.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Mothersbaugh, D. L. (2007). *Consumer Behavior & Building Marketing Strategy, 10th Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2014). *Consumer Behavior, 12th Edition*. McGraw Hill Australia.
- Hungu. (2007). *Demografi Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Hurlock, E. B. (1978). *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Ihsan, H. (2013). *Metode Skala Psikologi*. Bandung.
- Imam, F. (2013). Gender Differences in Impulsive Buying Behaviour and Post-Purchase Dissonance Under Incentive Condition. *Journal of Business Strategies, Vol 7*, 23-29.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2017, November). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. Retrieved from www.kbbi.co.id: <https://www.kbbi.web.id/modifikasi>
- Koller, M., Salzberger, T., & Streif, G. (2010). Cognitive Dissonance in retail versus Ecommerce. *A Journal*.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb, J. W., Hair, J. J., McDaniel, C., Boshoff, C., & Terblanche, N. S. (2004). *Marketing*. Cape Town: Oxford University Press.
- Loudon, D., & Bitta, A. (1993). *Consumer Behavior*. New York: McGraw Hill.

- Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Mappiare, A. (1983). *Psikologi Orang Dewasa*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Cetakan 2*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- OLX.com*. (2017, November). Retrieved from <https://www.olx.co.id/mobil/bandung-kota/q-honda-brio>
- Otomaniac.com. (2018, Februari). *6 Mobil LCGC Terbaik Di Indonesia Februari 2018*. Retrieved from <https://www.otomaniac.com/mobil-lcgc-terbaik/>
- Rachmawati, F. (2015). *Hubungan Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert dengan Postpurchase Dissonance pada Konsumen Pengguna Low MPV Merek Mobilio di Kota Bandung*. Skripsi.
- Ramadhani, F. (2015). Pengaruh Kualitas, Harga dan Citra Merek Terhadap Pegambilan Keputusan Pembelian LCGC Toyota Agya di Wilayah Jabodetabek.
- Republika.co.id. (2017, Oktober 05). *Brio Satya Unggul di Penjualan Honda*. Retrieved from <http://www.republika.co.id/berita/otomotif/mobil/17/10/05/oxbfta359-brio-satya-unggul-di-penjualan-honda>
- Riyono, J. S. (2013). Pengaruh Pasca Pembelian Tanpa Rencana Pada Penyesalan Pasca Pembelian Dengan Variabel Demografik Sebagai Pemoderasi: Studi pada Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. *UAJY*, 1251.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama Soetomo.
- Strydom, P. E., Frylinck, L., Montgomery, J. L., & Smith, M. F. (2009). The Comparison three B-agonist for growth performance, carcass characteristics and meat quality of feedlot cattle. *Meat Science*, 81, 557-564.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sweeney, J. C., Hausknecht, D., & Soutar. (2000). Cognitive Dissonance After Purchase : A Multi Dimensional Scale. *Psychology & Marketing Vol. 17*.
- Tilaar, A. R. (2002). *Membenahi Pendidikan Nasional*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Vivi, D. (2013). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Dengan Postpurchase Dissonance Pada Pembelian Online*.
- Yolanda, A. L. (2009). Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth dan Kepuasan Layanan terhadap Pembelian Mobil. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.