

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, W. (2013, 29 November). Merk Indonesia Harus Berdaya Saing. Diunduh Februari 05' 2015, *from* Oke Zone: <http://economy.okezone.com/read/2013/11/29/23/904831/merk-indonesia-harus-berdaya-saing>
- Alfred, O. (2013). Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in the Kumasi Metropolis in Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*, 5(1), 179-196.
- Andrianto, H.N., dan Idris. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Jurnal Management Universitas Diponegoro*, 2(3), 1-10.
- Arfy, W.R., dan Ilhamuddin. (2009). Pengaruh Reference Group terhadap keputusan pembelian produk bermerek (studi pada komunitas pengguna kamera DSLR Merek Nikon dan Canon. *Jurnal ilmiah mahasiswa Universitas Brawijaya*, 2(4), 22-35.
- Asri, M., dan Komang, A. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: AMP YKPN
- Boyd, W., Walker, O., dan Larreche, J. (2005). *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga.
- Durovnik, C. (2006). *From "Experience" Goods to goods*.
- Fatharani, A. (2009). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), dan Kelompok Referensi (Reference Group) terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Angkatan 2009 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*. 1(3), 29-39
- Ghanimata, F., dan Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. 1(2), 1-10.
- Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Khalidi. (2014, 29 September). Pertamina Lubricants Menuju Top 15 Perusahaan Pelumas Kelas Dunia. Diunduh November 10' 2014, *from* SWA: <http://swa.co.id/business-strategy/pertamina-lubricants-menuju-top-15-perusahaan-pelumas-kelas-dunia>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat
- Kurniawan. (2012, 01 Juni). Teknologi Motor Matic Injeksi Roda Dua. Diunduh Februari 05' 2015, *from* Roda dua: <http://www.rodadua.web.id/fungsi-pelumas/>
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation (6th Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Marketing (2008, Juni 24). Top 1 Nomer 1 Mesran Terus Menempel. Diunduh November 16, 2014, *from* Marketing.co.id : <http://www.marketing.co.id/top-1-nomor-satu-mesran-terus-menempel/>
- Oetama, S. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Motor Honda di Sampit. *Jurnal Emba*, 1(4), 46-50.
- Olson, J. (2003), *Price as an informational Cue : Effects in Product Evaluation, in Consumer and Industrial Buying Behavior*, Arch G, Woodside, Jagdish N. And Peter D Bennet, Eds. New York : North Holland Publishing Company, 267-86.
- Pertamina *Lubricants*. (2014). Produk Pelumas Pertamina Enduro 4T. Diunduh November 10' 2014, *from* Pertamina Lubricants web: http://pelumas.pertamina.com/Files/product_enviro.asp
- Peter, J. P., dan Olson, J.C. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy (7th edition)*. New York : McGraw-Hill .
- Purbarani, V.H., dan Santoso, S.B. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. (Studi pada konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Management Universitas Diponegoro*, 2(3), 45-56.

- Putra, F. A. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Konsumen iPhone di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 23-29.
- Rahadhini. (2006). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Reza, S. A., dan S. Valeecha. (2013). Influence of Social Reference Groups on Automobile Buying Decision – Research on Young Executives. *World Review of Business Research*, 3(4), 197-210.
- Riyadi, M. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Sepeda Motor Enduro 4T (Studi Pada Pelumas Sepeda Motor Enduro 4T Pertamina Jawa Bagian Tengah) . *Jurnal Ilmiah Universitas Dian Nuswantoro*,1(3),70-86.
- Saputra, R. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, reference group Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Di Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1), 45-56.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L.L.(2008). *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U., dan Bougie. (2010). *Research Methods For Business* (4th Edition). New York: John Willey & Sons Ltd.
- Sianturi, E., dan Nifita, A. T. (2012). Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Blackberry. *Digest Marketing*, 1(2),70-79.
- Sobur, A. (2006). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Soeratno dan Arsyad, L. (2003). *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Bina Aksara .
- Stanton, W. J. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta.
- Sudharto, H,P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan kedua belas. Bandung: Alfabeta.
- Sukotjo, H., dan Radix,S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process, dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, (1)2, 216-228.

- Sumarwan, U. (2008). *Perilaku Konsumen : teori dan penerapan dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tabachnick, B.G., dan Fidel, L. (2007). *Using Multivariate Statistic: International Edition 5th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDY.
- Turcinkova, J., dan Moisisidis, J. (2011), Impact of reference groups on teenagers Buying process of clothing in The Czech Republic. *Acta Univ. Agric. EtSilvic. Mendel. Brun*, 59(7), 489 – 496.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Organisasi*. Jakarta : Gramedia
- Victor, I. (2014) *Studi Deskriptif Kualitas Produk Oli Castrol Power 1 4T Menurut Persepsi Konsumen Di Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1), 123-134.
- Wibowo, S. F., dan Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1-15
- Yuliana, E. (2013). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Yongki Komaladi di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(3), 29-43.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer Perception of price, quality and value ; A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(2), 10-16.