

## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, W. (2004). *Ekonomi SMA*. Jakarta: Erlangga.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl and J. Beckman (Eds.), *Action-Control: From Cognition to Behavior* (pp. 11-39). Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683. Doi: 10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd ed). Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education.
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. September 2002 (revised January 2006). Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/0574/b20bd58130dd5a961f1a2db10fd1fcbae95d.pdf>. Pada 12 Oktober 2018.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Anggi Erma F.S. (2012). Hubungan Antara Intensitas Menonton Sinetron Televisi Terhadap Perilaku Imitasi Gaya Hidup Artis pada Remaja. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Azwar, S. (1998). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. Doi: 10.1037/0033-295X.84.2.191
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H Freeman and Company.
- Baran, J. S., & Dennis K. David. (2000). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*. California: Wadsworth Publishing. Bina Aksara.
- Baron, R. A. & Byrne, D. (2008). Psikologi Sosial. (Terjemahaan Ratna Djuwita, et.al). Jakarta: Erlangga

- Budac, Camelia & Lia Baltador. (2013). The Value of Brand Equity. *Procedia Economics and Finance* Vol. 6 pp. 444 – 448.
- Chaplin, J.P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Dharmmesta, B. S., & Hani Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Engel, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Consumer Behavior*. Jilid 6. (Terjemahaan F.X Budiyanto). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen (Ed. 6 Jilid 1)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fotis, John N. 2015. The Use of Social Media and Its Impacts On Consumer Behaviour: The Context of Holiday Travel. Bournemouth University for the degree of Doctor of Philosophy. *Thesis*.
- Freedman, J. L., Sears, D. O., & Peplau, L. A. (1994). Psikologi Sosial, Ed. 5. (Terjemahaan Michael Adryanto & Saviti Soekrisno). Jakarta: Erlangga.
- Fromm, E. (1995). Masyarakat yang Sehat. (Terjemahaan Thomas Bambang Murtianto). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Garlin, F & Robyn M. 2002. Exploring the Sources of Self-Efficacy in Consumer Behavior. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*. Vol 5.
- Gerungan, W. A. (2000). *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H. Jr., & Konopaske, R. *Organizations: Behavior, Structure, Processes (14<sup>rd</sup> ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute social media marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Imansari, F. Iqhyarul & Fitrayati, Dhiah. 2016. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas Xi Iis Di Sma Negeri 17 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 4, No. 3,
- Juditha, C. (2011). Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*. Hal 14. Vol 13, No. 1, Juni 2011.
- Kaplan, A. M. & Michael Haenlein. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, Vol. 53 (1), pp. 59–68. DOI: [10.1016/j.bushor.2009.09.003](https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003).
- Khan, Matin. (2006). *Customer Behavior and Advertising Management*. New Delhi: New Age International.

- Kusniawati, M & Kurniawan, R. Yosina. 2016. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X Ips Di Sma Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 4, No. 3.
- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lee, Ethel. 2013. Impacts of Social Media On Consumer Behavior. Turku University of Applied Sciences International Business, Bachelor of Business Administration. *Thesis*.
- Littlejohn, S. W., & Karen A. F. (2009). *Teori Komunikasi (9<sup>rd</sup> ed)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Loroz, P. Sue & Helgeson, James G. 2013. Boomers and their Babies: An Exploratory Study Comparing Psychological Profiles and Advertising Appeal Effectiveness Across Two Generations. *Journal of Marketing Theory and Practice*. Vol. 21, Issue 3, P. 289-306.
- Mahasiswa, T. (2013). Optimalisasi Media sosial Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, Vol. 02, No. 1.
- Mahmud, Dimiyanti. (2009). Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: BPFE.
- McCann, M., & Barlow, A. (2015). Use and measurement of social media for SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(2), 273-287. doi:10.1108/jsbed08-2012-0096.
- Menurut Cordiaz (2013) dalam Mauludiyahwati (2013: 4)
- Mittal, Banwari. 2006. I, me, and mine—how products become consumers' extended selves. *Journal of Consumer Behaviour*. Vol 5, Issue 6.
- Nugroho, J. S. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pajares, F. (1996). Self-efficacy beliefs in academic settings. *Review of Educational Research*, 66, 543-578. Doi: 10.3102/00346543066004543.
- Peter, J. Paul., & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behavior & Marketing Strategy: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, (Ed. 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Ramnarain dan Govender (2013)
- Ramnarain, Yavisha & Govender, Krishna K. 2013. Social media browsing and consumer behaviour: Exploring the youth market. *African Journal of Business Management*. Vol. 7, No. 18, pp. 1885-1893.
- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang RI Nomor 20, Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Rohmawati, Erni. (2014). Analisis Pengaruh Iklim Etika Organisasi dan Efikasi Diri terhadap Keinginan berpindah kerja dengan Kepuasan Kerja sebagai

- Variabel Pemediasi. *Thesis*, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Rokeach, S. J. Ball., & M. L. DeFleur. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*. DOI: [10.1177/009365027600300101](https://doi.org/10.1177/009365027600300101).
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rotter, J. B. (1975). Some problems and misconceptions related to the construct of internal versus external control of reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 43, 56–67. Doi:10.1037/h0076301.
- Rotter, J.B. (1990). Internal vs. external control of reinforcement: A case history of a Variable. *American Psychologist*, 45(4), 489–493. Doi:10.1037/0003-066X.45.4.489.
- Safko, L. (2010). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success (2nd ed)*. John Wiley and Sons Inc.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja (6<sup>rd</sup> ed)*. (Terjemahan Shinto B. Adelar & Sherly Saragih). Jakarta: Erlangga.
- Santrock. J. W. (2008). *Psikologi Pendidikan*. (Terjemahan Tri Wibowo B.S). Jakarta: Kencana.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L., (2009). Perilaku Konsumen (Ed. 7). (Penerjemah: Zoelkifli Kasip). Jakarta: Indeks.
- Sendjaja, S. D. (2002). *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sirgy, M Joseph. 1982. Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*. Vol. 9, No. 3, pp. 287-300
- Soekanto, S. (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo
- Soekanto, S. 2006. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugihartono, et.al. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugihen, B. T. (1997). *Sosiologi Pedesaan: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukwiaty, dkk. (2006). *Ekonomi SMA Kelas X*. Jakarta: Yudistira
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Svalastoga, K. (2010). *Diferensiasi Sosial. (Terjemahaan Alimandan)*. Jakarta:
- Szolnoki, et. 2018. *Using Social Media for Consumer Interaction: An International Comparison of Winery Adoption and Activity*.
- The Committee for the Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel. (2017). Richard H. *Thaler: Integrating Economics with Psychology*. The Royal Swedish Academy of Sciences.
- Utari Oktaviany. (2015). Pengaruh Intensitas Penggunaan Dan Interaksi *Peer Group* terhadap Gaya Hidup Hedonis Remaja Pengguna Media Sosial Path. Diakses dari <https://repository.telkomuniversity.ac.id>. pada 12 Oktober 2018,
- Wahyono, H. 2001. Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga. *Disertasi*, tidak diterbitkan. Malang: PPS UM.
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkley: University of California Press. Diakses dari <https://books.google.co.id/books>. Pada 21 September 2018.