

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2015). Consumer Attitudes and Behavior: *“The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions”*. Rivista di Economia Agraria, Anno LXX, n. 2, 2015: 121-138. DOI: 10.13128/REA-18003. ISSN (print): 0035-6190. ISSN (online): 2281-1559.
- Augusty, Ferdinand. (2009). *“Pengembangan Niat Beli Merek Ekstensi”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,
- Bilson, Simamora. (2011). *“Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chinomona, Richard. (2013). *“The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students Intention to Purchase Electronic Gadgets”*. Mediteranean Journal of Social Sciences. Vol. 4 No. 14.
- Fandy, Tjiptono. (2005). *“Pemasaran Jasa”*. Malang. Bayumedia Publishing.
- Freddy Rangkuti. (2009). *“Strategi Promosi yang Kreatif”*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Fure. (2013). *“Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Pada Pasar Tradisional Bersahati Calaca”*. Jurnal. EMBA. Vol.1 No.3. September.2013.
- Ghozali. (2008). *“Structural Equation Modeling Metode Alternative Dengan Partial Least Square (PLS)”*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hansen & Mowen. (2006). *“Manajemen Pemasaran”*. Jilid 1. Edisi 7. Salemba Empat. Jakarta.
- Haryoko. (2005). *“Pengaruh Harga, Desain, dan Fitur Produk terhadap Niat beli Produk Handphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Reguler dan Diploma III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro”*. Skripsi. Universitas Diponegoro.Semarang.
- Hatane Samuel, Adi Suryanata Lianto. (2014). *“Analisis WOM, Brand Image, Brand Trust, dan Niat Beli Produk Smartphone”*. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Putra. Surabaya.
- Jr Joseph, dkk. (2013). *“A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modelling”* (PLS- SEM). Los Angeles. London. New Delhi.

- Kartajaya. (2006). *“Marketing Mix”*. Elemen Marketing. Bandung. PT. Mizan Pustaka.
- Khan Saba, dkk. (2015). *“Impact WOM on Consumer Purchase Intention”*. Pakistan.
- Kotler, Philip. (2008). *“Manajemen Pemasaran”*. Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Keller. (2009). *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi Tiga Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *“Prinsip- Prinsip Pemasaran”*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- Leo Agung Manggala, Yogatama. (2013). *“Analisis Pengaruh Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavior Control terhadap Intensi Penggunaan Helm Saat Mengendarai Motor pada Remaja dan Dewasa Muda di Jakarta Selatan”*. Prosiding PESAT 5.
- Linan, and Chen. (2006). *“Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two Country Sample”*. Department d’ Economia de l’Empresa.
- NST Rizky & Yasin Hanifa (2014). *“Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Niat Beli”* Universitas Sumatera Utara. STIE Nusa Bangsa. Medan.
- Oosthuizen. (2015). *“The Relationship Between Perceived Price and Consumers Purchase Intentions of Private Label Wine Brands”*. Africa journal of Hospitality. Tourism and leisure. Vol. 4 (2).
- Schiffman & Kanuk. (2004). *“Perilaku Konsumen”*. Edisi ketujuh. Jakarta : Prentice Hall.
- (2007). *“Prilaku Konsumen”*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Riset Untuk Bisnis*. Edisi ke-4. Salemba Empat. Jakarta.
- (2015). *“Research Methods for business”*. Edisi I and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Shwu-ing Wu. (2016). *“The influence of Brand Attitude and Consumer Perception on Purchase Intention Towards Extended Product”*. Department of Business Administration. National Chin-Yi University of Technology. Taiping – Taiwan.
- Solesvik. (2012). *“Student Intentions to Become Self Employed: The Ukrainian Context”*. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 19. No. 3
- Sugiarto, Budi Utomo dan Subagio, Hartono (2014). *“Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Niat Beli di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya”*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 2. No. 1.

Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta.

Sunyoto, D. (2015). *“Perilaku Konsumen dan Pemasaran”*. Yogyakarta : Center of academic publishing service.

Susanti & Adisaputra (2011) *“Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kecamatan Bayumanik Semarang”*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Sutisna. (2001). *“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran”*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Tahapary, Grace. (2015). *“Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Bioskop 21 Ambon Plaza”* .Fakultas Ekonomi.Universitas Pattimura.

Tsordia & Papadimitriou. (2015). *“The Role of Theory of Planned Behaviour on Entrepreneurial Intention of Greek Business Students”*. International Journal of Synergy and Research. Vol. 4. No. 1. 2015. Page. 23-37.

Website :

<http://www.mantagibaru.com>

<http://filmindonesia.or.id>

https://id.wikipedia.org/wiki/Cineplex_21_Group

<http://hiburan.metrotvnews.com>

