

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Huriartanto, Djamhur Hamid, Pravissi Shanti. 2015. *Pengaruhnya Motivasi dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian tiket pesawat*. Vol. 28 No. 1.
- Agus Rahayu, Gita Anggarini. 2009. *Pengaruhnya Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Audio Sony* (Survei pada Konsumen di Toko Aneka Irama Jalan ABC Bandung). Volume 8, Nomor 16.
- Christian A.D Selang. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 71-80.
- Cristiani D. Manengal. 2015. *Pengaruhnya Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Esa Genangku (ESA COM) MANADO*. Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1254-1264.
- Cynthia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224.
- Darwanto. 2013. *Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas)*. Vol. 20 No. 2 Prentice-Hall, Inc.
- Darwanto. 2013. *Peningkatan Daya Saing UMKM berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas)*. Vol. 20, No. 2.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M (2003). *Perilaku Konsumen ,perspektif kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, edisi revisi. Kena Media Group. Jakarta.
- Farida Indriani, SE, MM & Eko Prasetyowati, SE, MM. 2008. *Studi Mengenai Inovasi Produk pada Usaha Kecil Kerajinan Ukiran di Jepara*. Volume VII, Nomor 2, halaman 249 _ 272

Gilles Roerich. *Consumer innovativeness Concepts and measurements*. Journal of Business Research 57 (2004) 671– 677

Hesti Budiwati. 2012. *Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang*. Jurnal WIGA Vol. 2 No.2.

Hizkia Elfran Mawey. 2013. *Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. RAJAWALI NUSINDO cabang Manado*. Vol.1 No.4

Iha Haryani Hatta. 2014. *Analisis Pengaruhnya Inovasi, Pengambilan Resiko, Otonomi, dan Reaksi Proaktif terhadap Kapabilitas Pemasaran UKM Kuliner Daerah di Jabotabek*. Vol. 8, No. 2, Oktober 2014: 90-96.

Ihda La Aleiyya¹, Handoyo Djoko Waluyo² & Widayanto. 2014. *Pengaruh Inovasi Produk baru, Citra merk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet APPLE ipad (Studi kasus pada mahasiswa pengguna ipad di FISIP UNDIP Semarang)*. Hal 1-8.

James F.Engel, Roger D.Blackwell, Paul W.Miniard. 1995. *PerilakuKonsumen* edisi ke enam. Binarupa Aksara. Jakarta.

Jasa Suatma. 2013. *Analisis Inovasi Atribut dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Skuter Matik Honda VARIO di Kota Semarang*. Vol.5 No.2

Jilly Bernadette Mandey. 2013. *Promosi, Distribusi, Harga pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya PROMILD*. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 95-104.

JUNE COTTESTACY L. WOOD. 2004. *Families and Innovative Consumer Behavior:A Triadic Analysis of Sibling and ParentalInfluence*. Vol. 31 June 2004.

Kotler,Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ketiga belas Jilid 1. Penerbit Erlangga.

Maulana M.I. Umaternate¹ Willem JF.Alfa Tumbuan² Rita Taroreh. 2014. *Promosi, Harga dan Inovasi pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian*

sepatu Futsal NIKE di Toko Akbar Ali Sport Manado. Vol.2 No.2, Hal. 1381-1392.

Merna M. M. Tomponu. 2014. *Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 610-621.*

Philip Kotler. 2000. *Marketing Management*, Millenium Edition. Prentice Hall.

Prof.DR. Sugiyono (2014) *Cara menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi. ALFABAETA*. Bacv. Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung.

Seryani & Hendrayadi (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*. Prenamedia Group Indonesia.

Sisilya Truly Retor. 2014. *Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian pada PT. CONBLOC Indonesia Surya Manado. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 664-675*

Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Thomas H. Davenport, Ernst & Young. 1993. *Process Innovation Rengineering work Through Information Technology*. NetLibrary; printed

Yunita Melani Sanger & Sifrid S. Pangemanan. 2015. *Analyzing The Influence Among Cultural Factor, Social And Psychological With The Customer Buying Decision Of Oriflame Product In Manado. Vol.3 No.2, Hal. 986-996.*