

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 Kualitas Produk 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, Kualitas Produk, dan Keunggulan bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M (2003). *Perilaku Konsumen ,perspektif kontemporer pada Motif, Kualitas dan Keinginan Konsumen*, edisi revisi. Kena Media Group. Jakarta.
- Farida Indriani, SE, MM & Eko Prasetyowati, SE, MM. 2008. *Studi Mengenai Kualitas Produk Produk pada Usaha Kecil Kerajinan Ukiran di Jepara*. Volume VII, Nomor 2, halaman 249 _ 272
- Gilles Roehrich. *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 Kualitas Produk, 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 Kualitas 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 Parental Influence*. 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. *Store Atmosfer, 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. Tompunu. 2014. *Analisis Store Atmosfer, 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 Produk, 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.*