

Daftar Pustaka

- Billiclinton Kalele dkk, 2015, “ Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri ” *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3 Sept, Hal.451-462.
- Darmadi Duriyanto, dkk. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eko Priyono dkk, 2016, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, HarSga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Studi Empiris pada Pameran Computer di Javamall Semarang)”. *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret.
- Ferdinan Coemani Enril dan Nugraheni Rini, 2013. “Analisis Pengaruh Persepsi Herga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo) “. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>; Volume 2 No. 2 2013, Hal 1 ISSN (online) 2337-3792.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair JE, Jr., Anderson RE, Tatham, RL., Black WG. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall International Inc. New York.
- Jamaludin Achmad dkk, 2015,“Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*,Vol. 21 No. 1 April 2015.
- Kadek P. Y dan I Made J, 2015, ” Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat DI Kota Denpasar ” *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol.4, No. 11, Hal.3852-2881.
- Kotler dan Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- Morisan.2010, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Edisi 1, Cetakan 1, Kencana Prenada Media Groub. Jakarta.
- Niken Permata Sari.2014. ”Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian,

- Kepercayaan Merek dan Minat Beli produk hijau“. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol 5. No 1. Maret.
- Nugroho J. Setiadi, 2003, *Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Cetakan 1, Kencana, Bogor.
- Peter, Paul & Olson, Jerry C. 2000. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Ke empat. Cetakan Pertama. Jakarta. Erlangga.
- Prawira Bayu dan Kerti Ni Nyoman Yasa, 2014. “ Pengaruh Kulaitas prodduk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung Di Kota Denpasar”. “ *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* ”. Vol 3.No 12.
- Rahmawati, Alni, Fajarwati, Fauziah. 2014 *statistika*. Edisi ke 2. Fakultas Ekonomi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rizky Muhammad Fahu dan Yasin Hanifa 2014.”Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencrim Medan”. “*Jurnal Manajemen dan Bisnis*” Vol 14.No.02.Oktober
- Sekaran, Uma (2013). *Research methods for business*. Salemba Empat. Jakarta
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Cetakan 4. Indeks. Jakarta.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L.(2000). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey:Prentice-Hall.
- Simamora, Bilson. (2007). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William, J (1994). *Fundamental of Marketing*. Thenth ed. Mc, Graw HillInc; Singapore.
- Sugiyono, DR, Prof. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Edisi ke 12. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu D dan Handoko Hani T. (2000).*Manajemen Pemasaran (perilaku konsumen)*. Edisi 1,cetakan 3,BPFE-Yogyakarta.s
- Verina Onggusti dan Jovita Alfonso,2015.”Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Butik Bintang 3 Di Surabaya. ”*Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*”.Vol 3. No2.
- Winardi .1992 , *Harga dan penetapan harga dalam bidang pemasaran* , edisi revisi , PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Wariki Grace Marllen dkk, 2015. “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Keputusan Konsumen Pada Perumahan Tamansari

Metropolitan Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol 3 No. 2 Juni 2015, Hal 1073-1085.

William J Stanton . 1993, *Prinsip Pemasaran*, edisi 7 , PT. Gelora Aksara Pratama, Erlangga. Jakarta.

Zeithaml, Valarie A, 1988 “Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Eviden”. *Journal of Marketing*. Vol. 52, July, pp2-22.

(<http://www.semar.co.id/>).