

DAFTAR PUSTAKA

- Ackaradejruangsri, 2013, **“The effect of product quality attributes on Thai consumers buying decision”**, Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies Volume 33, 2013.
- Ahmad, I & Ali. A, 2012, **“Environment Friendly Products: Factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistani Consumers”**, Pak. j. eng. technol. sci. Volume 2, No 1, 2012, 84-117.
- Akutansigorgeuz, 2011, <http://akutansigorgeuz.wordpress.com/2011/02/12/manajemen-pemasaran/>.
- Antonius, I., 2013, **“Analisa pengaruh strategi differensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di cincau station Surabaya”**, Jurnal Management Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11 1.
- Bachriansyah, R, A, 2011, **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)”**, Thesis Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2011.
- Basu Swastha dan Irawan, 2001, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta.
- Bernadine, J. 1993. **Human Resources Management**. University of Wincinsin, Florida.
- Ferdinand, Augusty, 2006, **Metode Penelitian Manajemen**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N., 1998, **“The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers' Evaluations and Purchase Intentions”**, Journal of retailing Vol 74 No. 3, pp. 331-352.
- Hair, et al., 2010, **Multivariate Data Analysis**. A Global Prespective, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Hidayat, A, T. 2012, “**Hubungan antara atribut produk dengan minat beli konsumen. eJurnal mahasiswa universitas padjajaran**”, eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol. 1 No. 1 2012.
- Haman, D., William, R., & Omar, M., 2007, ”**Branding Strategy and Consumer High-Technology Product**”, Journal of Product and Brand Management pp 98 – 111.
- Hsiao, C., Gary Y., Paul, C.S., 2011. “**The Effect of Store Image and Service Quality On Brand Image and Purchase Intension For Private Label Brands**”. Australian Marketing Journal, Febuary No. 19, pp. 30 – 39.
- Kotler & Armstrong, 2008, Prinsip – **Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1**, Erlangga, Jakarta.
- Lasalewo, T. 2012, “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Industri di Provinsi Gorontalo**”, Jurnal Teknik dan Manajemen Industri Volume 7 No. 1 Juni 2012, Hal. 29-43.
- Linggojati, 2012, **Keuntungan Produk Pemanas Air WIKA**, <https://linggojatiutamablog.wordpress.com/tag/tenaga-matahari/>.
- Porter, Michael. E, 1990, **Competitive Advantages of Nations**, *New York: WorldPress*.
- Priandika, 2013, **Energi dan Dasar Konversi Energi Elektrik**, <http://backupkuliah.blogspot.com/2013/08/energi-matahari-surya.html>
- Rekarti, E & Hikmat, D., 2008, “**Analisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian telepon genggam**”, Jurnal Ekonomi/03/Juli/2008.
- Rizali, N., 2002, “**Peranan inovasi dalam pemasaran produk**”, Jurnal Seni Rupa & Desain Vol.2 No.4 Mei 2002.
- Sekaran, Uma, 2006, **Research Methods for Business**, 4th edition, Salemba empat, Jakarta.
- Setiawan, H., 2012, “**Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang**”, Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012 ISSN: 2085-1375.
- Sugiyono, 2004, **Metode Penelitian Bisnis**, CV. Alfabeta. Bandung.

- Sulistiyari,I.N., 2012, “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame**”, Thesis Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2012.
- Suwanmaneepong,S., 2014, “**Factors Driving Thai Consumers Intention to Purchase Organic Foods**”, Asian Journal of Scientific Research 7(4):434-446.2014.
- Sylvia,T, Denada., 2003, “**Studi Mengenai Proses adopsi Konsumen pasa Masa Tayang Iklan Produk”Xon-Ce” di Surabaya**”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.II No.2 September 2003.
- Tsiotsou, R., 2006, “**The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions**”, International Journal of Consumer Studies, 2006.
- Vitasari, V & Rusmini, 2013., “**Analisis Diferensiasi Produk Melalui Packaging, Merk dan Iklan Terhadap Minat Beli Produk GULAKU Di Wilayah Kelurahan Gedawang**”, Jurnal ADMISI dan BISNIS
- Widiana, M, E., Supit, H. & Hartini, S., 2012, “**Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan *Online* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur**”, JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN, VOL.14, NO. 1, MARET 2012: 71-8.