

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia.
- Ashari. (2011). Analisis Pengaruh desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen.
- Astriani, I. (2006). Analisis perbedaan persepsi konsumen terhadap merek sepeda motor honda, yamaha, suzuki dan kawasaki berdasarkan kualitas, harga, desain dan promosi di Surakarta (survei pada masyarakat di Surakarta tahun 2006).
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Efendi, Singarimbun Masri.(2005) *Metode Penelitian Survey*. Pustaka LPJES Indonesia,
- Fajar, L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis MultiVariate dengan SPSS, Cetakan KEEMPA*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griselda, G. d. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen responden Restoran Pulau Dua . *Jurnal Manajemen UPH*. Vol.2.No.1, 39-62.
- Indriantoro. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran JILID2, edisi ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Marzuki, 2005, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Nuha, S. (2015). pengaruh kualitas produk, fitur dan desain terhadap keputusan pembelian mebel pada CV. MUNAWIR FURNITURE DI JEPARA.

- Rangkuti, Freddy.(2009) *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integreted Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ramdhani, R. (2014). ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK INTERNATIONAL BRAND SPARE PART DAN LOCAL BRAND SPARE PART (Studi Pada Toko Spare Part Nufi Motor Kudus).
- Sadat, A. M. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek berbasis keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- sari, M. (2015). Pengaruh Kelompok Referensi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek aplikasi Pesan Instan (Studi pada Pengguna Aplikasi Pesan Instan LINE di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta).
- Schiffman, L. d. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks.
- Sujarweni, V Wiratna, (2007) . *Belajar Mudah Menggunakan SPSS*, Ardana Media, Yogyakarta
- Kotler, P&Garry, A (2005). *Prinsip-prinsip manajemen pemasaran*, edisi 12.Jilid 1. PT Macanan Jaya.
- Kotler, P.& Keller, K.L (2009). *Manajemen Pemasaran JILID2, edisi ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan nya dalam Pemasaran* . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, t. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Adi offset.
- Ulrich, K. T. (2001). *Perancangan & Pengembangan Produk*. Jakarta: Salemba Teknika.

**WEBSITE**

- Osawa,J (2013). “How messaging apps make money”,  
<http://blogs.wsj.com/digits/2014/03/03/how-messaging-apps-make-money> (diakses pada 20 september 2017)
- URGE IO GmbH ‘Perbandingan aplikasi pesan, <https://versus.com/id/line-vs-whatsapp>( diakses pada 20 september 2017)
- WHATSAPP Inc ”feature”, <https://whatsapp.com/features>( diakses pada 20 september 2017)
- Zebua, F (2017) ”Instant messaging survey 2017”,  
<https://daylisocial.id/report/post/instant-messaging-survey-2017> (diakses pada 20 september 2017)