

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Kent Publishing.
- Aaker, David A. (1985). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Artikel Internet. <https://kurio.id/app/articles/19765543>.
- Analisis Menggunakan Metode Smart pls. (2010). Undip Semarang.
- Baack, D; Wilson, R and Till, B (2008). Creativity and Memory Effects. *Journal of Advertising*.
- Dany Prastyo, Saino. Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Yoga Tablet Lenovo di Surabaya. Surabaya.
- Delgado, Ballaster. (2003). Development Validation of Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*.
- Durianto, D., dan C. Liana (2004). Analisa efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*.
- Engel, J.F.R.D. Blackwell dan P.W Miniard. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupaksara.
- Fitriyana Sa'diah. (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Kemasan Produk Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Shampoo Sariayu Hijab. Surabaya.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can!*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera.
- Gurviez, Patricia dan Michael Korchia. (2003). Test of a Consumer-Brand Relationship Model Including Trust and Three Consequences. Makalah Seminar dalam 30 tahun *International Research Seminar in Marketing*.
- Imam Hidayat. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Word of mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-Max .Surabaya.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *the Journal of Marketing*.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2000), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. (2009). *Marketing management: A south Asian perspective*. Pearson Education India.

- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. (1999). Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand loyalty, *Journal of Market Focused management*.
- Masda, P. G. (2013). "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai di Kota Payakumbuh". *Jurnal Manajemen*. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/306>.
- Mowen, John C dan Michael Minor.(2002). Perilaku Konsumen. Edisi Kelima. Jakarta. Erlangga.
- Novia Anggraeny Setiawaty. (2015). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series. Depok.
- Peter, J. P., Olson, J. C., & Grunert, K. G. (1999). Consumer behavior and marketing strategy (pp. 122-123). *London: McGraw-Hill*.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1983). *Diffusion of innovation: A crosscultural approach*. New York.
- Roman, Kenerth, Maas, J & Martin Nisenholtz, (2005). How To Advertise, Membangaun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru.
- Rizky Anugerah Pratama. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merrek, Daya Tarik Iklan, dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia. Semarang.
- Sumarwan, U. (2004). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemaasaran. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Susana A, (2006). Analisis efektivitas media iklan sampo sunsilk dengan menggunakan EPIC model. *Jurnal. www.jurnalmarketing.co.id/edisi*.
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Simamora, B. (2002). Panduan riset perilaku konsumen. Gramedia Pustaka Utama.
- Smith, Robert E, Yang, Xiaojing. (2004). Toward a general theory of creativity in advertising: Examining the role of divergence. *SAGE Publication journal*.
- Sternberg, R. J., Wagner, R. K. (1999). Reading in cognitive psychology., *USA: Thompson Learning*.
- Sulistyari, I. N. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Veronika. (2016). "Pengaruh Iklan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Knsumen, Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi.
- Wisal Ahmad dan Zahid Mahmood. (2010). An Empirical Investigation of The Association between Creative and Advertising Effectivities in Pakistan. *International journal of Marketing Studies* Vol. 3, No. 2; May 2011.
- Witherington, H. C. (1999). Psikologi Pendidikan. Jakarta : Aksara Baru