

REFERENSI

- Almira, A., & Sutanto, J. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *Jurnal Manajemen Start Up Bisnis*, Vol. 3 No. 2, pp 251-252.
- Arifin, E., Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, Vol. 5 No. 1, pp 124-143.
- Agnelia, R. A., Aditya, W. (2016). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 10 No. 2, pp 172-185
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Retrieved from https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1598879701_BUKU_BEKRAF_28-8-2020.pdf
- Ekonomi Kreatif. Retrieved from <https://www.digination.id/read/0146/5-alasan-indonesia-perlu-kembangkan-ekonomi-kreatif>
- Erdil, T. S. (2015). *Effects of customer brand perceptions on store image and purchase intention: An application in apparel*. Elsevier: *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 207, pp 196 – 205.
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriartiningtias, R., Subagyo, & Hartono, B. (2019). *Creativity of small firms in creative industry: Initial evidence from Indonesia*. *International Journal of Engineering Business Management*, 11, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1847979019849135>
- Kalele, B. C., Oroh, S. G., Sumarauw, J. (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, pp 451-462.
- Kahn, K. B. (2018). *Understanding Innovation*. Elsevier: *Kelley School of Business, Indiana University*, pp 2-7. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>

- Lestari, S. A., Rahidani, R. (2019). Pengaruh Harga dan *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ecogen*, Vol. 2 No. 3, pp 524-531.
- Lu, M., Qiang, Y., Jiangan, D., Zerui, D. (2019). *The impact of the matching of innovative product category and presentation order on consumer's purchasing intention. Emerald sight: Journal of Contemporary Marketing Science*, Vol. 2 No. 3, pp 323-344.
- Maulana, Y.S., & Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8 (2020) 86-91, pp 87-90.
- Moksaoka, I. M. W., Rahyuda, I. K. (2016). Peran *Brand Image* Dalam Memediasi *Country Of Origin* Terhadap *Purchase Intention*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 3, pp 1690-1716.
- Maria, S., Pusriadi, T., Hakim, Y. P., Darma, D. C. (2019). *The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 19 No. 2, pp 107-122.
- Prawira, B., Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, pp 3642-3658.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Andi Publisher, Jakarta.
- Ramadhani, Y. F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Niat Beli Masker Mustika Ratu (Studi Pada Pengunjung Giant Hypermarket Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 5 No. 4, pp 1-8.
- Rosandi, S., Sudarwanto, T. (2013). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi Pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Universitas Surabaya*, pp 1-15.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioural sciences. (2nd ed.)* New York: Holt Rinehart & Winston.
- Salfina, L., Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi: Indonesian Indovisi Institute*, Vol. 1 No.1, pp 83-100.

- Sa'Diah, F., Sanaji. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kemasan Produk Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Shampoo Sariayu Hijab (Studi Pada Konsumen Di Wilayah Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 5 No. 1, pp 1-8.
- Satria, D. A., Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No. 3, pp 398-408.
- Suhardi, D., Irmayanti, R. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi & Manajemen*, Vol. 3 No. 1, pp 53-62.
- Surpiyadi, Wiyani, W., Indra, G. K. N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Merdeka Malang*, pp 74-85.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel, Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U., Bougie, R. (2016). *Research Method For Business: A Skill Building Approach 17th Edition*. Chicester: Wiley.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tenaja, G. A., Yasa, N.N.K. (2019). *The Influence of Word of Mouth on Brand Imange and Purchase Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud)*. *IJBMER: International Journal of Business Management and Economic Research*, Vol. 10 No. 1, pp 1552-1560.
- Tutia, I., Najib, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Sport Hijab. *Jurnal Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung*, pp 697-705.
- Timorria, L.F. (2020, Agustus 30). Tiga Subsektor Ekonomi Kreatif Jadi Penyumbang Terbesar PDB. Retrieved from

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200830/12/1284797/tiga-subsektor-ekonomi-kreatif-jadi-penyumbang-terbesar-pdb>

Yasyi, D.N. (2020, Agustus 31). Tahun 2020, Sektor Ekonomi Kreatif Akan Sumbang Rp1.100 Triliun ke PDB Indonesia. *Retrieved from* <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/08/31/tahun-2020-sektor-ekonomi-kreatif-akan-sumbang-rp1-100-triliun-ke-pdb-indonesia>

