



- Budiman, Adi Santosa, 2003. Minat Mereferensikan dalam Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Edukasi Pasar Fitur GPRS IM3 Smart Di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume II, No. 1, Mei 2003, halaman 1 – 18
- Boulding, W., A. Klra., R. Staelin, and V.A. Zeithaml. 1993. A Dynamic Process Model Service Quality. *Journal of Marketing Research*, Vol. 30, February, 1993. pp. 7-27
- Davis, Fred, D., 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly* (September), 319 – 391.
- Dharmmesta, Basu Swastha, 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 1999, Vol. 14, No. 3, 73 - 88
- <http://inilah.com>. Grand Livina Raih 11 Award. Download 15 Desember 2008.
- <http://www.kompas.co.id>. Grand Livina Perkokoh Nissan. Download 12 Desember 2008
- <http://www.seputar-indonesia.com>. *Indonesian Dream*. Download 10 Februari 2009
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Edisi ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gaikindo. 2007. *Domestic Motor Vehicle Export and Sales in Indonesia by Category Jan-Dec.2006*
- _____. 2005. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Edisi ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam, 2001, *Structural Equation Modeling (Metode Alternative dengan Partial Least Square)*, Edisi pertama, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Khusniyah, Purwani, dan Basu Swastha Dharmmesta, 2002. Perilaku Beralih Merek Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 17, No. 3, 2002, 288 - 303
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management: The Millenium Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall International Inc.



Naumann, F
UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh persepsi kegunaan produk dan pengaruh pergaulan sosial terhadap penilaian konsumen dalam meningkatkan minat mereferensikan produk dan implikasinya terhadap manajemen strategi :: Studi kasus pada Nissan Grand Livina
Advantage ANTI-NOISE dan Advantage STRESS-LESS, Ujung
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, UNIO
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Sugiyono, 1999. Statistik untuk Penelitian. CV Aifabeta, Bandung

Sumarwan, Ujang, 2003. Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. PT Ghalia Indonesia, Jakarta

Sutrisno, Widyo Nur Prasetyo, dan Nurhidayati, 2006. Model Minat Membeli Ulang: Suatu Pengujian Paska Masa Tayang Iklan (Studi Kasus pada Produk Deterjen 'Rinso' di Semarang). Jurnal EKOBIS, Vol. 7, No. 2, Juni 2006:271-291

Thamrin, Sylvia Denada, 2003. Studi Mengenai Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Tayang Iklan Produk 'Xon-Ce' Di Surabaya. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume II, No. 2, September 2003, halaman 141 – 154

Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra dan Dadi Adriana, 2008. Pemasaran Strategi. Penerbit: Andi Yogyakarta

Wilson, Jerry, R., 1991. Word-of-Mouth Marketing, John Wiley and Sons, Inc. Canada