

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf M. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Ahmad, Thobi., Trihastuti, Dian., Runtuk, Johan K. 2013. Analisis Pengaruh *Entrepreneurship Education* Terhadap Perilaku *Entrepreneur* Mahasiswa. *Jurnal Gema Aktualita*, Vol.2 No.1 (Juni).
- Aisyah, Ismi Nur., Setiawan, Margono., Sunaryo. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi pada Konsumen Wanita di Kota Malang). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, Vol.12 No.4 (Desember).
- Anjaskara, Dian Innes. 2016. *Pengaruh Sikap Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen Terhadap Minat Beli Melalui Situs Instagram)*. Yogyakarta: Universitas Yogyakarta.
- Anugrah, Rifky. 2011. *Pengaruh Sikap Terhadap Produk dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Keputusan Membeli Smartphone Blackberry Pada Siswa SMA Al-Azhar Bumi Serpong Damai*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aswieri, Anggraini. 2013. *Efek Framing Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Batik PT. Indraloka Binakarya Ika*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik. 2014. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Kecamatan 2014,[online], (<https://gresikkab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/86>, diakses pada 22 Agustus 2017).
- Carolyn, Greta & Pusparini, Elok Savitri. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli (Purchase Intention) Konsumen Terhadap Produk Perawatan Diri Berbahan Organik (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Indonesia)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Cenadi, Christine Suharto. 2000. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Nirmana* Vol. 2 No. 1 (Januari) pp. 92-103.

- Cheng, Shih-I., Hwai-Hu, Fu., Le, Thi Cam Tu. 2011. Examining Customer Purchase Intention for Counterfeit Products Based on a Modified Theory of Planned Behavior. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 10 (Agustus).
- Donovan, Robert J. & Jalleh, Geoffrey. 1999. Positively versus Negatively Framed Product Attributes: The Influence of Involvement. *Journal International of Psychology and Marketing*, Vol. 16 (7):613-630 (Oktober).
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan XX. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eni, Yuli. 2015. MANOVA (Multivariate Analysis of Variance), [online], (<https://sbm.binus.ac.id/2015/06/15/manova-multivariate-analysis-of-variance/>, diakses pada 8 Agustus 2017).
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gamliel, Eyal & Peer, Eyal. 2010. Attribute Framing Affects The Perceived Fairness Of Health Care Allocation Principles. *Journal Judgment and Decision Making*, Vol. 5, No. 1, pp. 11–20.
- Levin, Irwin P. & Gaeth, Garry J. 1988. How Consumers Are Affected by the Framing of Attribute Information Before and After Consuming the Product. *Journal of Consumer Research*, 15 (December), pp.374-378.
- Levin, Irwin P. & Gaeth, Garry J. 2001. How Positive and Negative Frames Influence the Decisions of Persons in the United States and Australia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 13 Iss. 2 pp. 64-71.
- Lovelock, Christopher. 2011. *Services Marketing*. 7th edition. Boston: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Principle of Marketing*. 10th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurtz, D. L. 2008. *Principles of Contemporary Marketing*. Stamford: South-Western Educational Publishing.

- Kusumasondjaja, Sony. 2016. *Consumer Responses Toward Attribute Framing in Product Packaging*.
- McElroy, Todd & Conrad, Jacob. 2009. Thinking About Product Attributes: Investigating The Role Of Unconscious Valence Processing in Attribute Framing. *Asian Journal of Social Psychology*, 12 pp. 157-161.
- McLean-Meynesse, Patricia E., Gager, Janet V., Cole, Derek N. 2012. Analyzing Students Use and Assessment of Nutrition Facts Labels. *Journal of Food Distribution Research*, Vol. 43 Issue 1 (Maret), pp.137-144. 8p.
- McNeal, J.U. & Ji, M.F., 2003. Children's Visual Memory of Packaging. *Journal of Consumer Marketing*, Vol.20 (5) pp.400-427.
- Netralnews. 2017. Ini Cara Tepat Turunkan Berat Badan Sesuai Usia, [online],([http://www.netralnews.com/news/healthy\\_life/read/85148/ini.cara.tepat.turunkan.berat.badan.sesu](http://www.netralnews.com/news/healthy_life/read/85148/ini.cara.tepat.turunkan.berat.badan.sesu), diakses pada 26 September 2017).
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Edisi Kesatu. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Roslina. 2009. Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. X (2) pp. 200-215.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sarwoko, Endi., dan Churiyah, Madziatul. 2007. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3 No. 2 (Juni).
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Soliha, Euis., Wuryan, H.S., Basiya, R. 2013. Pembingkai Pesan dan Persepsi Risiko Psikologis Pada Isu Konsumen Hijau. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 6. No. 2 (Agustus).
- Soraya, Nadia Nur. 2013. *Analisis Efektivitas Strategi Promosi melalui Elemen-Elemen Desain Kemasan Lapis Bogor Sangkuriang*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman, Leon G & Kanuk, Leslie Lazar. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Prentice Hall.
- Stazi, Irene. 2015. *Framing Effects in Marketing Messages*. Italy: Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli.
- Underwood, R.L. 2003. The Communicative Power of Product Packaging: Creating Brand Identity Via Lived and Mediated Experience. *Journal of Marketing Theory and Practice (Winter)*, pp. 62-67.
- Wardhani, Nuruni Ika Kusuma. 2011. *Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Shampo di Surabaya*. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim.
- Wibowo, Agung Edi. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Widhiarso, Wahyu. 2011. *Analisis Varians Multivariats*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Wiguna, Satrio Pandu. 2007. *Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Jajan Khas Kota Gresik*. Malang: Universitas Negeri Malang.