















dan harga. Begitu juga dengan hasil uji t yang menyatakan pengaruh stimulus promosi lebih rendah dibandingkan pengaruh stimulus produk dan harga terhadap minat beli. Hal ini menggambarkan bahwa stimulus promosi yang dilakukan penjual produk baru jenis *fashion* belum maksimal. Maka penulis memberikan saran kepada penjual produk baru jenis *fashion* untuk lebih meningkatkan stimulus promosi, misalnya dengan memanfaatkan ruang iklan yang tersedia di Kaskus maupun media sosial seperti Facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Cetakan ketujuh. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kinncar, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. New York: McGraw Hill.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- Mohammed, Rafi A dkk. 2003. *Internet Marketing: Building Advantage In Network Economy*. 2<sup>nd</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.
- Natalia, Lia. 2008. *Analisis Faktor Persepsi yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Pada Giant Hypermarket Bekasi*. Jakarta: Univeritas Gunadarma.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarjono, Haryadi & Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2009. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeda.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.