

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono, **Strategi Pemasaran Edisi 3** (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray, *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Cetak Ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gray Armstrong, **Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12** (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. **Strategi Pemasaran**. Edisi 3. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).
- Susanti, D. 2017. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru**. Menara Ekonomi: ISSN: 2407-8565, Vol. III No.5.
- Kotler, Philip Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Indeks, 2007).
- Syaifi, A. 2017. **Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Konsumen pada Perusahaan A-36**. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 2, No. 1, hal. 45-53.
- Shinta, A. 2011. **Manajemen Pemasaran**. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Swastha, B. irawan. (2008). **Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen**. Jogjakarta.
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian**. Indonesoan Indovisi Institute, 1(Iii), 83-104. Diambil dari <http://journal.dosenindonesia.org>.
- Idris, M., Suharyati, & Heni. (2020). **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan)**. *Business Management, Economic, and*

*Accounting National Seminar*, 1(1), 14. Diambil dari <file:///D:/SEMESTER 8/JURNAL/jurnal fix smartphone/Jurnal oppo jaksel 2020.pdf>.

Satria, A. A. (2017). **Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36**. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.