

DAFTAR PUSTAKA

- Dianita, D. I., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Brand Ekstensi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone Di Kota Malang (Survei Pada Pengunjung Outlet Oppo Smartphone Di Mall Plaza Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1), 119-125.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Indoprint.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasara Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handani, R. P., & Fudianto. (2019). *Prospective Successful Entrepreneur*. Jakarta: One Peach Media.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada Pt. Tiga Agung. *Eco-Buss*, 2(1), 16-29.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). The Impact Of Brand Image, Product Quality And Price On Purchase Intention Of Smartphone. *International Journal Of Research Culture Society*, 3(1), 99-103.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Pt. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Powa, G. A., Lapijan, S. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsra. *Jurnal Emba*, 6(3), 1188-1197.

- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala*, 17(2), 139-145.
- Salangka, D. B., Massie, J. D., & Tampenawas, J. L. (2017, September). Pengaruh Kelompok Acuan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone. *Jurnal Emba*, 5(3), 3714-3723.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. Makassar: Cv Sah Media.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sarjono, H., & Julianta, W. (2011). *Spss Vs Lisrel: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 47-56.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*. Bogor: Ipb Press.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistika Inferensial*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yulianti, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk Dan Konsep Harga*. Yogyakarta: Deepublish.