

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. F.-E. (2020). The Influence of Quality on Consumers' Purchase Intention between Local and Multinational Cosmetic Firm. *Journal of International Business and Management*, Vol 3(1).
- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone's Buying Interest: Case Study on Narotama University Students. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 210–217. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v2i2.769>
- Arnomo, S. A., & Hendra. (2019). Perbandingan Fitur Smartphone, Pemanfaatan dan Tingkat Usability Pada Android dan iOS Platforms. *JURNAL NASIONAL INFORMATIKA DAN TEKNOLOGI JARINGAN*, Vol. 3 No.
- Ati, P. S. U., Islamudin, & Finthariasari, M. (2020). PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK ELEKTRONIK MEREK POLYTRON. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(Juli), 2020.
- Campbell, D., & Singh, C. B. (2019). Differentiating Price Sales Promotion and Non Price Sales Promotion in affecting Customers' Behavior at Smartphone Retail Outlet. An Empirical Study. *International Journal of Advanced Scientific Research and Management*, 4(4), 418–424.
- Chine, B. C., Bernard, C. C., Chiamaka, O. J. A., & Udeze, C. (2019). PEER INFLUENCE AND PRODUCT ADVERTISEMENT AS PREDICTORS OF SMARTPHONE CONSUMER BUYING BEHAVIOUR. *Global Journal of Applied, Management and Social Sciences (GOJAMSS)*, 16(January), 228–238.
- Devi, L. K. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA.
- Farisi, S. Al, Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). MINAT, ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LAZADA, BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE PENGGUNA, (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM MALANG LAZADA). *JIAGABI*, 9.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI. *Ekonomi Dan Binsis Manajemen*, 9.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, N. N., Irda, & Wati, L. (2020). *PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI IPHONE 11 SUMABAR SMARTPHONE*. 12, 3–4.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.). Surabaya: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Hakim, M., Lukitaningsih, A., & Susanto. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 2.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, Vol. 4(3).
- Haryanto, A. T. (2017). *Begini Strategi Vivo Memikat Generasi Millennial*. *DetikInet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/consumer/d-3500504/begini-strategi-vivo-memikat-generasi-millennial>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategies* (eleventh e). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hermanto, & Saputra, R. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS DI JAKARTA BARAT)*. 15(1), 1–11.
- Hidayat, Ad., & Hartanto, G. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung*. 2(1), 16–29.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol 5 Nomo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 J). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A Framework for Marketing Management* (Sixth Edit). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management 15th Global Edition*. In *England: Pearson Educationn Limited* (15th Editi). England: Pearson Educationn Limited.
- Kotler, P., Trifts, V., Buchwitz, L. A., & Gaudet, D. (2017). *Marketing: An*

*Introduction, Sixth Canadian Edition.* (6th ed.; C. O'Donnell, Ed.). Upper Saddle River, New Jersey, USA: Pearson Education, Inc.

- Laraspati, A. (2020). Ini Jurusan Vivo Sukses Kuasai Pasar Indonesia di Q1 2020. *DetikInet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/consumer/d-5019880/ini-jurusan-vivo-sukses-kuasai-pasar-indonesia-di-q1-2020>
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.418>
- Manorek, S. L. (2016). *The Influence of Brand Image, Advertising, perceived Price Toward Consumer Purchase Intention at Samsung Smartphone*. 16(01).
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2019). How smartphone advertising influences consumers' purchase intention. *Journal of Business Research*, 94(August 2017), 378–387. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.047>
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Perreault, W. D., Cannon, J. P., & Mccarthy, E. J. (2017). *Essentials of Marketing A Marketing Strategy Planning Approach* (15th Editi). New York: McGraw-Hill Education.
- Powa, G. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1188–1197. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20082>
- Purrohman, P. S., & Ilham, M. (2015). Penetapan Harga Diskriminasi Cabe Rawit Merah di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur. *Jurnal Utilitas, Vol. 1*(No. 2).
- Pusparisa, Y. (2020a). Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025. Retrieved October 28, 2020, from databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Pusparisa, Y. (2020b). Vivo Kuasai Penjualan Ponsel Pintar di Indonesia. Retrieved October 28, 2020, from databoks website:

Muthia Shafitri, 2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Penelitian Pada Konsumen Produk Smartphone Vivo di Wilayah Jakarta)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.ac.id](http://www.repository.ac.id)]

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/16/vivo-kuasai-penjualan-ponsel-pintar-di-indonesia#>

- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala*, XVII(2), 139–145.
- Santoso, S. (2016). *Panduan lengkap SPSS versi 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saputro, M. P. E., Anandha, N. A., & Rizqi, R. M. (2019). PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ITEM PADA GAME ONLINE PUBG MOBILE. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 2.
- Sari, I. D. P., Nobelson, & Rosali, S. (2017). Pengaruh Harga (Price), Kenyamanan Konsumen (Customer Convenience) Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli Di Lazada.Co.Id. *ISEI Business and Management Review*, I(2), 73–78.
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol 2 No.(April).
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th Editi). Harlow: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadhi, A. (2016). Vivo, “Si Anak Baru” di Lima Besar Vendor Ponsel Dunia. *DetikInet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/consumer/d-3215638/vivo-si-anak-baru-di-lima-besar-vendor-ponsel-dunia>
- Tondang, B. W. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO SEPATU BATA MTC GIANT PEKANBARU. *JOM FISIP*, Vol. 6(Edisi II Juli-Desember).
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SAYURAN ORGANIK DI PASAR SAMBAS MEDAN. *Jurnal Niagawan*, Vol 6.
- Walintukan, C. (2018). The Effect of Product Quality, Sales Promotion and Social Influence on Customer Purchase Intention In Bellagio Shoes Store In Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21657>

Muthia Shafitri, 2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Penelitian Pada Konsumen Produk Smartphone Vivo di Wilayah Jakarta)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.ac.id](http://www.repository.ac.id)]