

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, U. (2004). Analisis faktor-faktor yang menimbulkan kecenderungan minat beli konsumen sarung (studi perilaku konsumen sarung di Jawa Timur). *Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Petra*, 6(1), 35-53.
- Amalina, & Rizky, B. (2011). Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk ponsel Nokia (studi kasus pada masyarakat di Kota Semarang). *Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang*.
- Amanah, D. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Majestyk Bakery dan Cake Shop cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*, 2(1), 71-87. doi: 10.17605/osf.io/hngvj.
- Arikunto. (2006.). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri. (2008). *Manajemen operasi dan produksi*. Jakarta: Lembaga.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen pemasaran konsep dasar dan strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azwar. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiyono, B. (2004). Studi mengenai pengembangan strategi produk (studi kasus minat beli produk baru Telkom Flexi di Surabaya). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3(2).
- Dewa, N. K. (2009). Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi dan harga terhadap minat beli (studi kasus Starone di Area Jakarta Pusat). *thesis. Universitas Diponegoro Semarang*.
- Dodds, W. B., & Monroe, K. B. (1985). The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations. *Advances in Consumer Research*, 12, 85-90.
- Durianto. (2001). *Strategi menaklukkan pasar*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

- Ferdinand. (2002). *Pengembangan minat beli merek ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin, D. A. (1998). *Managing quality*. New York: The Free Press.
- Gaspersz. (2002). *Pedoman implementasi program six sigma*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hadi, S. (2001). *Metodologi research jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Isabella, L., & Dewi, A. S. (2016). Hubungan persepsi kualitas, persepsi harga, brand image, dan persepsi risiko dengan minat beli private label. *Fokus manajerial*, 14(2), 115-126.
- Keller, K. L. (1998). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler. (2002). *Manajemen pemasaran, edisi millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi XII, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Salemba 4.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, I., Santoso, S. B., & Dwiyanto, B. M. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang produk serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada produk sakatonik liver di kota semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 4(2), 20-29. doi.org/10.14710/jsmo.v4i2.4246.
- Mitra, A. (1993). *Fundamentals of quality control and improvement*. New York: Macmillan.
- Mittal, H. A., & Leonard, L. M. (1999). Organizational market information process: cultural antecedent and new product, outcomes. *journal of marketing*, 32, 318-347.

- Mittal, V., Kumar, P., & Tsiros, M. (1999). Attribute-level performance, satisfaction, and behavioral intentions over time: a consumption system approach. *Journal of Marketing*, 63(2), 88-101.
- Nurtjahjanti, H. (2012). Hubungan antara persepsi terhadap harga dan kualitas produk dengan minat membeli produk fashion online shop di facebook pada mahasiswa politeknik x semarang. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, 11(2), 1-15. doi.org/10.14710/jpu.11.2.8.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction a behavioral perspective on the consumer*. Singapore.: McGraw-Hill Education.
- Prasetijo, & Ihalauw. (2004). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi .
- Rizky, N., Fakhru, M., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama pt. nailah adi kurnia sei mencirim medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(2), 135-143.
- Saputri, D. M., & Astuti, S. R. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang produk customcase handphone dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada tntshop3 semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 674-683.
- Sari, N. P., & Widowati, R. (2014). Hubungan antara kesadaran merek, kualitas persepsian, kepercayaan merek dan minat beli produk hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59-79.
- Sari, R., Yulisetiari, D., & Sudaryanto. (2016). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan serta kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan online shopping pada mahasiswa universitas abdurachman saleh situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Merdeka Malang*, 10(2), 115-126.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku konsumen (edisi 7)*. Jakarta, Prentice Hall.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer behavior (sixth edition)*. . New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sukardi. (2009). *Metodologi penelitian pendidikan (kompetensi dan praktiknya)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono. (2000). *Manajemen jasa, edisi pertama*. Jakarta: Penerbit Andi Offset.

- Tjiptono. (2000). *Strategi pemasaran, edisi 2*. Yogyakarta.
- Tumangkeng. (2013). Kualitas produk, suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kpr bank btn cabang manado. *Jurnal Emba*, 1(4), 78-85.
- Wardani, H. S. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada jaizah boutique tlogosari semarang. *skripsi. UIN Walisongo*.
- Wells, J. D., S.Valacich, J., & J.Hess, T. (2011). What signal are you sending?How website Quality influences perseprions of product quality and purchase intention. *MIS Quarterly*, 35(2), 373-418.
- Widiastuti, O. (2017). hubungan antara persepsi terhadap kualitas produk dengan minat beli bedak muka sariayu pada mahasiswi di universitas mercu buana yogyakarta. *skripsi. Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Zeithaml, V. A., Berry, L., & Parasuraman, A. V. (1996). The behavioral of consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.

