

## DAFTAR RUJUKAN

- Astuti. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Hargaterhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik PIXY (Studi Kasus Mahasiswi Muslim Kota Malang dari Universitas Negeri Malang, Universitas Muhamadiyah Malang dan Universitas Islam Malang)”.
- Durianto dan Liana. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas. Dan Prilaku Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Prosuk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hunowu, dkk. (2023). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi CODASHOP”. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Volume 11, Nomor 1 (hlm.1033-1041).
- Karo, dkk. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Buah dan Sayur di *e-commerce* SAYURBOX Surabaya Pada Masa *Covid-19*”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, Volume 9, Nomor 2 (hlm. 739-747).
- Kotler, dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi12 JilidI. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas BahasaIndonesia. Jilid I dan 2. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*. Edisi 15, Jilid Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kristanti. (2022). “Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Iklan terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)”. S1 Thesis, Universitas Kristen Indonesia.
- Mareta dan Kurniawati. (2020). “Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bedak Tabita Skincare”. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Volume 4, Nomor 2 (hlm.335-340).
- Praja, dkk. (2022). “Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Volume 8, Nomor 1 (hlm.31-41).
- Pramono, dkk. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta. Intidayu Press.
- Schiffman dan Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 2. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Shafitri, dkk. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, Volume 2, Nomor1 (hlm.201-212).
- Sumaa, S., dkk. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado)”. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.