

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- APJII, A. P. (2017). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, 6.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Charles W. Lamb, J. F. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba.
- Downey, D. (2002). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Engel et al, J. (2006). *Consumer Behaviour*. Thomson Business and Economics.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: BadanPenerbit Universitas Diponegoro.
- Fernandez, R., & Bonillo, M. (2007). The concept of perceived value: a systematic review of the research. *The concept of perceived value: a systematicreview of the research*, 427-451.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, & Amstrong. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2016). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mendrofa, K. J., & Sabar, M. (2016). *PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI*, 8.

- Nugroho. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Retnaningsih, D. (2019). *ANALISIS PENGARUH MUTU PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI*.
- Sastradipoera. (2003). *Manajemen Marketing*. Bandung: Kappa-Sigma.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Jakarta Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, B. D., & Handoko, T. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, E. (2012). *Electronic Ecommerce 2012 7th Edition*. United State America: Pearson.
- Venus, A. M. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Vici, V. Y. (2018). *PENGARUH HARGA, GAYA HIDUP DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA PASAR TRADISIONAL PETISAH MEDAN. PENGARUH HARGA, GAYA HIDUP DAN VARIASI PRODUK*.
- Widiyanto, I. (2008). *Metode Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Zaenudin, A. (2018). *Mengenal Data dalam Paket Internet Ponsel Pintar Kita*. Retrieved Mei 25, 2019, from tirto: <https://tirto.id/mengenal-data-dalam-paket-internet-ponsel-pintar-kita-cCG9>