

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, thamrin dan Tantri francis. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” ,  
England : Pearson Education, Inc
- Assel, Henry, 1996, Cunsumer Behavior and Marketing Action, PWS-KENT  
Publishing Company, Boston.
- Alma. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung
- Anastuti, K. U., Arifin, Z., & Wilopo. (2014). Pengaruh diferensiasi produk terhadap  
kepuasan pelanggan, 7(1), 1–9.
- Anastuti, K. U., Arifin, Z., & Wilopo. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap  
Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa Pengguna iPhone di Universitas  
Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 7 (1). Diunduh dari  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>.
- Arfiani Bahar & Herman Sjahrudin (2015). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas  
Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang”. *JURNAL  
ORGANISASI DAN MANAJEMEN*, 14-34.
- Azhar El Hami, Asep Ahmad Sidik Studi Komparasi Self-Esteem Pengguna Iphone  
dan Bukan Pengguna Iphone pada Remaja.
- Buchari,Alma 2005. Buku Manajemen dan Pemasaran Jasa.
- Ferdinand, Augusty T., 2002, Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan,

- Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. I, No.1, (Mei),p.107-119
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”.
- Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gary Armstrong, Philip Kotler, Valerie Thrifts, Lily Anne Buchwitz, 2017, Marketing  
an Introdution, 6th ed, Toronto: Pierson Canada Inc.
- Hartono, Hendry d.k.k. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Vol. 3,No. 2:883-889.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1,  
Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14, Global Edition. Pearson  
Pearson Prentice. hall.
- Kotler, Phillip. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta; Erlangga
- Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Keller.(2016).American Society dalam buku (2016:156)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta:  
Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip <sup>[11]</sup><sub>[SEP]</sub>Pemasaran Edisi 13. Jilid  
1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1.

Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip & Gery Armstrong. 2008 (terj.Bob Sabran). Prinsip-prinsip Pemasaran.

Edisi Ke Dua belas. Jakarta : Erlangga.

Kurniawan, I., Santoso, S. B., & Dwiyanto, B. M. (2007). 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.

Lembang, R. D., & Sugiono, S. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk,

Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum

Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro) (Doctoral

dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP).

Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management 13. Pearson Prentice Hall. New

Jersey

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.

Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa. CV . Andi Offset. Yogyakarta.<sup>[1]</sup>

<https://www.tizenindonesia.org/2019/07/penjualan-dan-pangsa-pasarsmartphone.html>

diakses pada tanggal 12 April 2021.

<https://www.google.co.id/amp/s/www.statistikian.com/2018/12/variabel-pls-sem->

[data-hubungan-asumsinya.html%3famp](https://www.google.co.id/amp/s/www.statistikian.com/2018/12/variabel-pls-sem-data-hubungan-asumsinya.html%3famp) diakses pada tanggal 15 mei 2021.