

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P. D dan T. A. Sabrina. 2020. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Oleh-Oleh Tempat Wisata di Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26 (2):153-160.
- Anugrah. 2019. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Honda Brio Satya terhadap Minat Beli Pelanggan Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4 (4):156-161.
- Arianty, N. dan R. Gunawan. 2021. Dampak Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Produk sebagai Variabel Intervening pada UMKM Ikan Lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 2 (1): 60-74.
- Nurtjahjadi, E. dan F. Budianti. 2023. Pengaruh Green Product dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen* 4 (3):195-207.
- Dewi. 2021. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware. *Skripsi Prodi. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Durianto, D., Sugiarto., A. W. Widjaja., dan H. Supratikno. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R dan D. A. Iskandar. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 4 (3):415-424.
- Heizer, J. dan B. Render. 2014. *Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi 11. Pearson education, inc. Terjemahan oleh Kurnia, H., R. Saraswati, dan D. Wijaya. 2015. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2001. *Principles of Marketing*. Edisi 7. Prentice Hall, inc. Terjemahan oleh Alexander, S. dan B. Molan. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

- _____. 2014. *Principles of Marketing*. Edisi 15. New Jersey. Pearson Prentice Hall.
- _____. dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. London: Pearson Education.
- Laksana, M.F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.
- Laras, A. 2023. Perjalanan Bisnis Tupperware, Wadah Penyimpanan Makanan Legendaris yang Terancam Bangkrut. <https://Ekonomi.bisnis.com>. 21 November 2023 (06.32).
- Lucas, D.B dan K. Britt. 2003. *Adversiting Psychology and Research*. New York: Mc. Graw Hills.
- Nailufar. 2021. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Minat Beli Penumpang Pada Maskapai Citilink Rute Pontianak – Surabaya. *Skripsi STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta*.
- Nuha, M. S 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Flash Sale Di Toko Online (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Yang Pernah Mengakses Lazada.com). *Skripsi Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Nurliati dan I. Mardian. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi pada Duta Cell Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara* 5 (1):78-92.
- Plummer, J., S. Rappaport., T. Hall., dan R. Barocci. 2007. *The Online Advertising Playbook*. New Jersey: John Wiley & Sons, inc.
- Prakarsa, S. 2020. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5 (1):01-04.
- Ramadhan, M. D dan M. Muthohar. 2019. The Influence of Perceived Price, Perceived Quality, Brand Image, and Store Image on the Purchase Intention of Hypermart Private Label. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 308:140-143.

- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis Kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rouf, A dan K. Mandala. 2022. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan, Persepsi Harga terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen* 12 (7):648-670.
- Rusli, R., R. Romansyah, M. I. Musa, dan M. I. W. Haeruddin. 2023. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Insektisida Virtako 300 Sc dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Toko Hikmah Tani). *Journal of Islamic Digital Economics and Management* 1 (1): 172-179.
- Schiffman, L dan L.L. Kanuk. 2015. *Consumer Behavior*. Edisi 11. Global Edition.
- Setyabudi, A. W dan T. Adialita. 2020. Pengaruh Green Product Knowledge, Green Trust Dan Perceived Price Terhadap Green Purchase Intention Konsumen Amdk Merek Aqua Dengan Botol 100 % Recycled. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 16 (2):174-184.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi 26. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- _____. dan D. Anatasia. 2003. *Total Quality Management*. Edisi 5. Yogyakarta: Andi.
- Tupperware. 2024. Tentang Kami. <https://www.tupperware.co.id>. 05 Januari 2024 (12.05).
- Wibisono, P. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Konsumen. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Wicaksono, S. 2020. 4 Alasan Tupperware Keetinggalan selalu bikin Ibu atau Istri Marah. <https://mojok.co>. 21 November 2023 (06.36).
- Zailani. 2022. Hubungan Efektivitas Iklan Televisi dan Citra Merek Kopi White Coffee pada Minat Beli Masyarakat Desa Kalisoro Kecamatan Tawangmangu Karanganyar. *Jurnal Economina* 1 (2):249-262.