

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, A. (2022, Mei). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Dancow. *Insight Management Journal*, 2(3), 91-99.
- Ariamanda, S., & Wardhani, N. I. (2022, Agustus). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro di Regional Surabaya Timur. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 08(02), 74-80.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Principles Of Marketing* (16e ed.). United Kingdom: Pearson Education.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Buchori, & Djaslim. (2016). *Intisati Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran* (4 ed.). Bandung: Linda Karya.
- Choiriyah, Z., & Sa'adah, L. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran Di CV. Zam-Zam*. Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM).
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen* (Pertama ed.). Yogyakarta: BPFPE.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Sleman: CV Budi Utama.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020, Januari 1). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Ferinadewi. (2015). *Merek Dan Psikologi Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hardani, Auliyah, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Jayadih, T., Surya, A. R., Mustaqim, & Maddinsyah, A. (2021, Juni). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum di Lottemart Pasar Rebo Jakarta Timur.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. NEM.

- Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018, Agustus). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang. *1*(1), 262-270.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: PT. Gelora Antara Pratama.
- Kurniullah, A. Z., Hasan, E. R., Tjiptadi, D. D., Rahayu, H. P., Prijanto, J. H., Sugiarto, A. M., . . . Hidayatulloh, A. N. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Yayasan Kita Menulis.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Made, D. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardia, Hutabarat, M. L., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Sulasih, H. M., . . . Ince, W. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021, Oktober). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis*, 5(2), 21-38.
- Nasution, S., Nurbaiti, & Arfannudin. (2021). *Teks Laporan Hasil Observasi Untuk Tingkat SMP Kelas VII*. Medan: Guepedia.
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. D., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 2*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putri, S. A., & Hidayah, K. N. (2022, Juni 10). Gaya Hidup. *Nongkrong Jadi Budaya Mahasiswa: Ada Positif dan Negatif*.
- Riyanto, D. W., & Permana, G. I. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rofflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Pekalongan: Nasya Expanding Management (NEM).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Jurnal Peforma : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Sawitri, H., & Yuziani. (2021). Gender dan Kebiasaan Minum Kopi Pada Mahasiswa Program Studi Kedokteran Universitas Malikussaleh. *Sejarah Artikel*.
- Sendianto. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya (Studi Kasus pada PT. ASKOTAMA INTI NUSANTARA). *Jurnal Manajemen & Bisnis*.

- Silvia, V. (2021). *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Andi.
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., Sahir, E. G., Putri, D. M., Ningtyas, R. C., . . . Muliatie, Y. E. (2021). *Pemasaran: Dasar Dan Konsep*. Yayasan Kita Menulis.
- Soegoto, E. S. (2013). *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Sleman: Kanisius.
- Steven, & Sari, A. F. (2019, Januari). Pengaruh Promosi dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Ekonomi Integra*, 9(1), 53-79.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (29 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tingga, C. P., Sholihat, W., Susanto, P. C., Handayani, T., Junaedi, I. R., Putra, I. A., . . . Jafalini, S. (2022). *Seni Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Trihastuti, A. E. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang: Madza Media.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Insania.
- Widarsa, I. T., Astuti, P. A., & Kurniasari, N. D. (2022). *Metode Sampling Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Denpasar: Baswara Press.
- Widi, R. K. (2018). *Menggelorakan Penelitian; Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 9(3), 1058-1068.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL