

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Etta; Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013.
- [2] Krisna, Aditya; , Agus; Adetya, Lisa; Nur, Fitri; , Marina; Shodikin, Rodzi, *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Bandung : Cv. Media Sains Indonesia, 2021.
- [3] Khairani, Rafida; Laila, Srihot; Hutasoit, Olyvia;, "Pengaruh Merek, Harga, Dan Personalselling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat Pada PT. Amerta Indah Otsuka Medan," *Jurnal Manajemen*, vol. 6, No.1, pp. 7-14, 2020.
- [4] Khumairo; Lukiana, Ninik; Kasim, Kasno T.;, "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang," *Progress Conference*, vol. 1, No. 1, pp. 262-270, 2018.
- [5] Wulandari, Dwi. (2017, Februari) Marketing Communication. [Online]. <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/research/ini-10-merek-teh-yang-paling-royal-beriklan-di-2016/>
- [6] Riyadi, Andri;, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Dancow Pada Kusuka Swalayan di Sampit," *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, vol. 5, No.2, pp. 106-117, 2020.
- [7] Heni, Devi Anugrah; Mursito, Bambang; Damayanti, Ratna;, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee," *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, vol. 18, No. 2, pp. 146-150, 2020.
- [8] Firmansyah, M. Anang, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [9] Muizzudin; Kisti, Siti Amelia;, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Islamic Village)," *Jurnal Islaminnmlics*, vol. 10, No.2, pp. 137-151, 2020.
- [10] Wowor, Christania A.S; Lumanuw, Bode; Imelda , Ogi W.J.;, "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 9, No. 3, pp. 1058-1068, 2021.
- [11] Manap, H. Abdul, *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- [12] Rizal, Achmad, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- [13] Muchfaidzah, Chusnul; Sa'adah, Lailatus, *Manajemen Pemasaran Nu Care-Lazisnu*. Jombang: LPPM, 2021.
- [14] Made, Dharmawati, *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- [15] Febriani, Nufian S; Dewi, Wayan Weda Asmara, *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press, 2018.
- [16] Musfar, Tengku Firli, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajmen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- [17] Bancin, John Budiman, *Citra Merek dan Word Of Mouth*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2021.

- [18] Firmansyah, M. Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [19] Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta CV, 2016.
- [20] D, Suyonto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- [21] Trihastuti, Aselina Endang, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [22] Effendie, *Keuangan Negara Suatu Tujuan Komprehensif dan Terpadu*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- [23] P, Kotler; K, L Keller;, *Manajemen Pemasaran I, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [24] S, Danang, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015.
- [25] Arianty, Nel; Andriany, Dewi; Jasin, Hanifah, *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing, 2015.
- [26] Ayodya, Wulan, *UMKM 4.0. Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta: PT Elex, 2020.
- [27] Suprayanto, RW; , Rosad, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: in Media, 2015.
- [28] Waluyo, Lukman, *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital, Pertama ed*. Malang : Madza Media, 2021.
- [29] Sangadji, Ettaa Mamang; Sophia, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- [30] Puspita, Yohana Dian; Pangestu, Jun Dita; Dwi, Ginanjar; Kurniawati, Rusti; Setyorini, Dewi; Nur, Eka, *Riset Populer Pemasaran Jilid 2*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- [31] Indasari, Meithiana, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [32] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [33] Sahrun; Qomariyah, Emi; Febriyah, Anisya, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- [34] Chalil, Rifyal Dahlawy; Sari, Juli Dwina Puspita; Ulya, Zikriatul; Hamid, Abdul, *Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020.
- [35] Widi, Restu Kartiko, *Menggelorakan Penelitian, Pengenalan dan Penentu Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [36] Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- [37] Supardi, Sudibyoy; Surahman, *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV Transinfp Media, 2014.
- [38] I, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, VIII ed*. Semarang: Universitas Dipenogoro, 2013.
- [39] Noor, Juliansyah, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014.

- [40] Marzuki, Agustina; Armereo, Crytha; Rahayu, Pipit Tri, *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press, 2020.
- [41] Dewi, Anak Agung Inta Setya; Indiani, Ni Luh Putu, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Aqua," *Ekonomi dan Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 87-96, Januari 2022.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL