# **DAFTAR PUSTAKA**

[1] W. J. Stanton, *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. 1996.

[2] D. Saladin and Y. M. Oesman, “Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran,” *Cetakan Ketiga, Bandung: Linda Karya*, 2003.

[3] R. M. Gaedeke, L. E. Boone, and D. L. Kurtz, “Contemporary Marketing,” *J. Mark.*, 1974.

[4] P. Kotler, “Manajemen Pemasaran Perspektif,” *Manaj. Pemasar. Perspekt.*, 2012.

[5] D. Saladin, *Manajemen Pemasaran*. 2006.

[6] A. A. Satria, “PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 1, 2017.

[7] P. Kotler, *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 2 / Philip Kotler, Gary Armstrong; alih bahasa Damos Sihombing*. 2001.

[8] R. Santoso and A. Y. A. Fianto, “Pengaruh Marketing Mix Produk Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Bahari Jawa Timur,” *Kinerja*, 2020.

[9] V. A. Zeithaml, M. J. Bitner, and D. D. Gremler, “Services Marketing Strategy,” *Wiley Int. Encycl. Mark.*, 2010.

[10] B. Alma, “Pemasaran dan Pemasaran Jasa,” in *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 2011.

[11] D. Saladin, “Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian,” *Bandung: Linda Karya*, 2003.

[12] R. Hurriyati, “Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,” *Bandung Alf.*, 2005.

[13] R. Lupiyoadi, “Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3,” *Penerbit Salemba*, 2013.

[14] R. Love and R. Payne, “Macroeconomic news, order flows, and exchange rates,” *J. Financ. Quant. Anal.*, 2008, doi: 10.1017/s0022109000003598.

[15] L. W. Tauer, “Target MOTAD,” no. January, 2014, doi: 10.2307/1240515.

[16] W. G. Nickels and M. A. Jolson, “PACKAGING - THE FIFTH ″P″ IN THE MARKETING MIX?,” *SAM Adv Manag. J*, 1976.

[17] Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. 2014.

[18] I. Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran Modern.* 2014.

[19] B. Alma, “Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa edisi Revisi,” *Cetakan Kelima. CV. Alf. Bandung*, 2009.

[20] B. Alma, “Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan,” *Bandung CV Alf.*, 2005.

[21] E. Bandawaty, “PENGARUH BRAND IMAGE DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION BENTUK INOVASI PEMASARAN BUKALAPAK,” *J. Bisnis dan Manaj.*, 2020, doi: 10.26905/jbm.v7i1.3888.

[22] Philip Kotler and keller, *Pengukuran citra merek*. 2009.

[23] W. Septrizola, R. Rahmiati, and M. Asria, “Pengaruh Iklan Televisi dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Beli Smartphone Mito pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang,” *J. Kaji. Manaj. Bisnis*, 2017.

[24] L. Resource, “PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUGAR TRIBE,” vol. 9860, no. 10, pp. 1–6, 2015.

[25] S. Sadeli and E. A. Sosiawan, “Model Manajemen Bisnis dan Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio di Era Digital dan Revolusi Industri 4.0,” *J. Ilmu Komun.*, 2020.

[26] Assael, “pengaruh minat beli terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan,” *NASPA J.*, 2001.

[27] T. Abdullah and F. Tantri, “Manajemen Pemasaran,” in *PT. Rajagrafindo Persada*, 2012.

[28] C. E. Ferdinan and R. Nugraheni, “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo),” *Diponegoro J. Manag.*, 2013.

[29] A. Kotler, *Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan*. 2013.

[30] Nuraini, “Analisis Pengaruh Investasi Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan Penanaman Modal Asing (PMA) terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jambi,” *Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, 2016.

[31] A. Gunawan, “Analisis Consumer Decision Model Untuk Pengukuran Efektifitas Periklanan,” *J. Ilm. “Manajemen Bisnis,”* 2003.

[32] M. F. R. NST and H. YASIN, “PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN,” *Implement. Sci.*, 2014.

[33] N. K. Ferdinand, A. Mecklinger, J. Kray, and W. J. Gehring, “The processing of unexpected positive response outcomes in the mediofrontal cortex,” *J. Neurosci.*, 2012, doi: 10.1523/JNEUROSCI.1410-12.2012.

[34] “Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online,” *Manag. Anal. J.*, 2016, doi: 10.15294/maj.v5i4.5571.

[35] S. Sulistiyawati, “Perpustakaan Unika 1.,” 2011.

[36] B. Walgito, “Pengantar Psikologi Sosial,” *Andi Ofset*, 2010.

[37] M. L. E. Nugroho, “Problematika Penyediaan Ruang Terbuka Hijau di Kota Semarang,” in *URBAN STUDIES AND DEVELOPMENT Pembangunan Inklusif: Menuju ruang dan lahan perkotaan yang berkeadilan*, 2015.

[38] L. Harjati and L. O. S. G, “Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop,” *E-Journal WIDYA Ekon.*, 2014.

[39] R. Setiawan, “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 3, 2020.

[40] Basu Swastha dan Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*. 2008.

[41] Sugiyono and Republik Indonesia, *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif*. 2010.

[42] P. D. Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D*. 2016.

[43] E. Suprijanto and S. Arikunto, “EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEGIATAN KELOMPOK KERJA GURU (KKG) DI KECAMATAN REMBANG KABUPATEN PURBALINGGA,” *J. Penelit. ILMU Pendidik.*, 2017, doi: 10.21831/jpipfip.v9i2.12914.

[44] sugiyono, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Di Pong-Pong Cafe Lamongan,” *J. Penelit. Ekon. dan Akuntasi*, 2016.

[45] Sugiyono, “Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengelolaan Keuangan Partai Politik,” *Pedoman untuk memberikan Interpret. koefisien korelasi*, 2015.

[46] S. Siegel, “Nonparametric Statistics,” *Am. Stat.*, 1957, doi: 10.1080/00031305.1957.10501091.