

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (1st ed.). Alfabeta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran: Jilid 1*. Prenhalindo.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction* (12th Global Edition). Pearson Education Limited.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2018). *Marketing Management (Basics, Concepts & Strategies)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Crow, D. (2018). Strategi Pengembangan Produk Terhadap Bisnis Baru dalam Penelitian dan Pengembangan. *Jurnal Ekonomi*, 5(6). <https://doi.org/10.28926/riset>
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Edisi Revisi). Zifatama Publisher. <https://repository.um-surabaya.ac.id/id/eprint/4919/>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hameed, F., Alfaraj, M., & Hameed, K. (2023). The Association of Board Characteristics and Corporate Social Responsibility Disclosure Quality: Empirical Evidence from Pakistan. *Sustainability*, 15(24). <https://doi.org/10.3390/su152416849>
- Handoko, A. T., & Setiawan, B. (2023). ANALISIS KETERLAKSANAAN MODEL PEMBELAJARAN GUIDED INQUIRY LEARNING BERBASIS ETNOSAINS. *PENSA E-JURNAL: PENDIDIKAN SAINS*, 11(3), 288–293. <https://doi.org/10.26740/pensa.v11i3.54110>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). The University of Minnesota Libraries Publishing. <https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020a). *Manajemen Pemasaran: Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020b). *Marketing Management: Compiled from Marketing Management, 15th Edition, Macquarie Business School*. Pearson Education Australia. <https://books.google.co.id/books?id=3QSAzQEACAAJ>
- Kurniawan, R. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Pengguna Indihome di FEB UMSU*. Repository UMSU. <http://umsu.ac.id>
- Lutfi, A. M., Suhardis, A., Yanti, S., & Rumengan, M. T. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AQUA DI BATAM* (Vol. 3, Number 2).
- Pratama, Z. P., Sari, D. K., Games, D., & Hidayat, T. (2021). Covid 19 Pandemic: Enhancing Customer Loyalty to The Existence of Traditional Market. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 152–157. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i1.175>
- Putra, A. O. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI ROKOK PT. GUDANG GARAM*. 2(1).
- Rahima, P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser di Media sosial instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada akun instagram @wiriamaeazzahra). *Seminar Nasional Dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*, 50–60.
- Rahmawati, N., Fitriani, N., Puspita Sari, I., Megiana Pertiwi, C., Siliwangi, I., Terusan Jenderal Sudirman, J., & Barat, J. (2022). ANALISIS KESALAHAN SISWA DALAM MENYELESAIKAN SOAL MATERI PERSAMAAN GARIS LURUS BERDASARKAN PROSEDUR

- NEWMAN. *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*, 5(5).
<https://doi.org/10.22460/jpmi.v5i5.1303-1312>
- Renaldi, D. O., Yusuf, H. F., & Sulistyan, R. B. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Momoyo Di Jember. *Journal Educational Research and Development*, 2(1), 524–530.
<https://jurnal.globalscients.com/index.php/jerd/article/view/600>
- Riswan, V. B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Aqua pada Generasi Milenial di Jalan Panjang Cidodol Kebayoran Lama*. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42.
<https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Sari, F. W., Nur Zaroni, A., & Fadhilah, N. (n.d.). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Generasi Muslim Millennial Di Samarinda). In *BIFEJ* (Vol. 2, Number 2).
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kumar, S. R. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education India.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>
- Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=U-wNEQAAQBAJ>
- Sugiharto, S., & Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48–61.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Media Pressindo.
<https://books.google.co.id/books?id=ze29EAAAQBAJ>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Penerbit ANDI Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, aplikasi, dan penelitian*. Andi Publisher.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik: Domain, Determinan, Dinamika* (4th ed.). Andi Offset.

<https://books.google.co.id/books?id=4IUC0AEACAAJ>

Wijaya, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2, 1–16. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1082>

