

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abaharis, H. dan Aldwi, A. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Aicos di Padang Pariaman, *Jurnal Pundi*, 04(02), hal 171–180.
- [2] Aspadin. (2018). Siaran Pers Kementerian Perindustrian: Jamin Keamanan, Kemenperin Atur Sni Wajib Bagi Minuman Kemasan
- [3] Amir, E., & Hasan, M. (2019). *Perbandingan Kompetensi Wirausaha Mahasiswa melalui Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Budaya Lokal dengan yang Tidak Berbasis Budaya Lokal*. 22(1), 16.
- [4] Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T.Hani. 2018. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- [5] Erlinda and Kurniawan 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam. Fakultas Ilmu Sosial dan Humainora, Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam
- [6] Fahmi, Irham. (2017). Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta
- [7] J. Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- [8] Oktafani, Galu Khotimatul Khusna dan Farah. 2017. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin’Donuts Bandung”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 11 No 1. <https://media.neliti.com/media/publications/77333-ID-pengaruhbauran-promosi-terhadap-keputus.pdf> .
- [9] Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>