

Daftar Pustaka

- [1] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Mangement*. 2016.
- [2] Jatmika Diyatma, “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Konsumen,” *Water Sci. Technol.*, 2017.
- [3] Tjiptono and Fandy, *Strategi Pemasaran, edisi keempat*. 2015.
- [4] F. Tjiptono, *strategi pemasaran*, 4th ed. andi, 2015.
- [5] D. fitri Harahab, “Pengaruh kualitas produk dan distribusi produk terhadap keputusan pembelian kripik tempe pada usaha rumah tangga tiga saudara dikabupaten tebo,” *Manaj. Keuang. dan Komput.*, vol. 2, 2019.
- [6] K. Intan, “Pengaruh bauran pemasaran(Produk,harga,tempat,dan promosi) terhadap keputusan pembeli keripik pisang mahameru,” 2018.
- [7] M. Edwin, “Analisis pengaruh kualitas produk,presepsi harga,promosi dan citra merek terhadap keputusan pembeli(studi pada konsumen chiken nugget fiesta di kota semarang),” *Ekon. dan Bisnis*, 2016.
- [8] R. L. Daft, *Management*. 2015.
- [9] N. H. dan A. S. Abdurrahman, “Manajemen Strategi Pemasaran,” *Manajemen Strategi Pemasaran*. 2015.
- [10] P. Kotler and G. Amstrong, “Principles of Marketing Global,” *USE Pearson Educ.*, 2018.
- [11] J. Sasmita and N. Mohd Suki, “Young consumers’ insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand

- image,” *Int. J. Retail Distrib. Manag.*, vol. 43, no. 3, pp. 276–292, 2015, doi: 10.1108/IJRDM-02-2014-0024.
- [12] M. T. BONI F.S, “ANALISIS PERBANDINGAN CITRA MEREK SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX 150CC DENGAN HONDA VARIO 150CC,” 2018.
- [13] S. Amilia, “Pengaruh CitraMerek,Harga,dan Kualitas Produkterhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,” *Manaj. DAN Keuang.*, vol. 06, 2017.
- [14] K. Budiatra, *Ekonomi dan bisnis digital*. yayasan kita menulis, 2020.
- [15] teangu firliy Musfar, *manajemen pemasaran*. Bandung: cv.media sains indonesia, 2020.
- [16] H. Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. bandung: alfabeta, 2017.
- [17] F. Bararuallo, *Pengantar bisnis*, Kasdin sih. Jakarta: universitas khatolik atma jaya, 2019.
- [18] R. A. Pradita and B. Suryono, “PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI,” pp. 1–18, 2016.
- [19] S. Ningrum, “TINGKAT PEMBERDAYAAN USAHA GARAM RAKYAT (PUGAR) DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, DISTRIBUSI, PERMINTAAN PASAR DAN SOSIAL BUDAYA,” *Tek.*

Ind., vol. 10, 2015.

- [20] N. A. Syahmiral, “PENGARUH HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN(STUDI PADA PABRIK TAHU ATB PADANG),” *ilmu Ekon.*, 2019.
- [21] M. Apriani, “pengaruh kualitas produk,promosi terhadap citra merek,” 2017.
- [22] R. M. Dewi and M. S. Perdhana, “Peran Gender, Usia, dan Tingkat Pendidikan terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 5, no. 2, pp. 1–9, 2016, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13962>.
- [23] nilam ayu Widyaningrum, “dampak bauran pemasar terhadap minat beli konsumen pada produk crispy rice,” *ekonomi*, 2018.
- [24] D. Arif, “pengaruh kualitas produk,label halal,distribusi terhadap minat beli bumbu masak miwon,” 2018.
- [25] R. Susanti, “Analisis pengaruh tingkat kebutuhan dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel mediasi,” *Manaj. Pemasar.*, 2016.
- [26] Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. bandung: PT.Afabet, 2016.
- [27] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [28] D. Wibisono, *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi*.

Yogyakarta: CV Andi offset, 2013.

- [29] Dr.sudaryono, *Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus*. Andi Yogyakarta, 2015.
- [30] N. Maholtra and J. Agrawal, “A Stakeholder Perspective on Relationship Marketing: Framework and Propositions,” *J. Relatsh. Mark.*, 2002.
- [31] Uma Sekaran & Bougie, *Research Method for Business: A skill Building Approach, 6th edition*. Wiley&Son Ltd. 2013.
- [32] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Data Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- [33] D. 2016 Sunyoto, “Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.” *Metodol. Penelit. Akuntansi. Bandung PT Refika Aditama.*, 2016.
- [34] Suwono, “Pengaruh Perencanaan Strategis Dan Implementasi Strategis Terhadap Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap,” *J. Manaj. dan Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 80–101, 2018.
- [35] Juliansyah Noor, “Metodologi Penelitian,” *Igarss 2014*, 2014.