

## Daftar Pustaka

- Agustun, I. (2015). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Rinso Konsumen Ibu Rumah Tangga Perumahan Nuansa Asri Kec. Sawangan Kota Depok. Skripsi. Universitas Pamulang.
- Ali, Hasan. (2013). Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Alma, B. (2018). *Marketing Management and Marketing Services. The 13 Prints*. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Rineka Cipta*.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Firmansyah, A. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV. Qiara Media. Surabaya.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Edisi Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Vol. 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hafizah, S. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- <https://www.aisi.or.id/>
- <https://banten.bps.go.id/>
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Boston. Prentice Hall, Pearson
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2014). *Principles of Marketing. England*.
- Kotler, P. (2015). *Confronting Capitalism: Real Solutions for a Troubled Economic System*. Amacom.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing 11th Edition*.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management Edition 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, L.K. (2016). *Marketing Management. Pearson Education. Fifteenth Edition*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 3.0: From Products to Customers to The Human Spirit (Pp. 139-156)*. Springer Singapore.
- Morrison, M. A. (2010). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mursid, A. (2018). *Buying Decision in The Marketing of Sharia Life Insurance (Evidence from Indonesia)*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 370-383.
- Nickels, W., Mchugh, J., & Mchugh, S. (2012). *EBOOK: Understanding Business*. Mcgraw Hill.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visimedia.
- Rizan, M., & Anjarestu, Y. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Majalah Info Bekasi (Studi Kasus PT. SIBK)*. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(1), 74-96.
- Rosvita, D. L., (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Saputra, R. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Satriyo, G. A., & Astuti, S. R. T. (2016). *Pengaruh Perceive Quality, Country of Origin, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Gading Makmur Di Jepara*. Diponegoro *Journal of Management*, 5(4), 441-452.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior, Global Tenth Edition*. United State of America: Pearson Education, Inc

- Setiadi, E. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Monin Pada PT. Kharisma Sukses Gemilang
- Silalahi, M. (2016). Studi Etnomedisin di Indonesia dan Pendekatan Penelitiannya. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 9(3), 117-124.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Suharno, Y. S. (2010). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Gandi Gebang Permai.
- Swasta Basu, D. H. (2005). *Azaz-Azaz Marketing*, Liberty.
- Swastha, Basu, (2008), *Manajemen Penjualan*, BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). Indikator Kualitas Produk. *Jurnal Universitas Ellyani: Sidoarjo*.
- Tjipto, I. (2018). Pengaruh Kepuasan Pada Kompensasi, Motivasi Kerja, dan Komitmen Organisasional Terhadap Kedisiplinan Kerja Sopir Tetap PT Sumber Karya. *Agora*, 6(2).
- Untoro, J. (2010). *Ekonomi*. Jakarta: Kawah Media.
- Warnadi, W., Triyono, A., Armita, R. V., & Adrianti, C. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri (STIE-I) Rengat). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen dan Bisnis (JIM2B)*, 2(1), 86-100.
- Ye, L. Richard Dan Hao-Hang Zhang. (2014). *Sales Promotion and Purchasing Intention: Applying the Technology Acceptance Model in Consumer-Toconsumer Marketplaces*. *International Journal Of Business, Humanities and Technology* Vol. 4, No. 3; May 2014

Yusuf, Muri. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana

Zaenal, A. (2017). Komponen Media Sosial 2017. Diakses Pada 17 Maret 2018 Dari [https://www.slideshare.net/Alizaenal/Komponen-Media Sosial-2017](https://www.slideshare.net/Alizaenal/Komponen-Media-Sosial-2017)