

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Efendi. (2020). Analisis Regresi Teori dan Aplikasi dengan R. Universitas Brawijaya Press.
- Achmad Kuncoro, Engkos dan Riduwan. (2010). Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis. Bandung: Alfabeta
- Agus Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Arif Rahman. 2010. Strategi Dasyat *Marketing Mix for Small Business*: Cara Jitu Merontokkan Pesaing. TransMedia. Jakarta
- Aryaningsih, Ni Nyoman (2018). Ekonomi Manajerial: Kajian Teori dan Empiris Nilai Keputusan Investasi (PDF). Malang: Media Nusa *Creative*. hlm. 65–66.
- Bob Sabran, 2012. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Dan 2, Ed. 13, Jakarta, PT. Erlangga.
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin, H. Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi & Tanya Jawab. Bandung : Linda Karya
- Cravens, D.W. dan Piercy, N.F. (2013). *Strategic Marketing, Tenth Edition*. McGraw-Hill. New York.
- Daga, Rosnaini (2017). Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (PDF). Gowa: *Global Research and Consulting Institute*. hlm. 37–38. ISBN 978-602-5920-17-2.
- Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetekan 1. Bandung : Satu Nusa
- Dharmesta, B. S., dan Handoko, H. T. 2010. Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen), Penerbit BPFE, Yogyakarta.

- Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Penumpang Kereta Api Sri Tanjung Jember-Yogyakarta PT. KAI DAOP IX Jember. e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal, 289
- Diyatma, Aris Jatmika. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar". Telkom University Open Library. Diakses tanggal 2024-02-26
- Fandy Tjiptono (2016: 220).Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro (Studi pada Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrasari, Meithiana (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (PDF). Surabaya: Unitomo Press. hlm. 29. ISBN 978-623-91788-2-6.
- I Ketut Mustanda, I Nyoman Agus Suwardika 2017, Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti., E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 3
- Ismanto, J. (2020). Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Unpam Press

- Jonathan."Pengertian Promosi: Definisi, Tujuan, Jenis, dan Contoh Promosi".
www.maxmanroe.com. Diakses tanggal 8 Mei 2019.
- Keegan dan Green. 2015. *Global Marketing*. Edisi Kedelapan. New Jersey :
Person Education.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2016), "Prinsip-Prinsip Pemasaran", Edisi 12, Jilid
1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, philip & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1.
Jakarta : Erlangga.
- Kotler .P & Keller. (2016). *Marketing Management*. 15 ed. England: Pearson
Education Limited.
- Kotler, Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* 2. Edisi 12. Jakarta:
Erlangga.
- Lawson, M.A. & Lawson, H. A. (2013). *New Conceptual Frameworks for Student
Engagement Research, Policy, and Practice. Review of Educational
Research* September 2013, Vol. 83, No. 3, pp. 432–479
- Moleong. lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja
Rosdakarya. (2014)
- Nugroho J. Setiadi. 2015. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Prenamedia Grup,
Jakarta.
- Pujiastuti, Sri Lestari (2014). "EKMA4216 - Manajemen Pemasaran". web-
suplemen.ut.ac.id (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 2023-12-
12.

- P. R. Kurnia, A. Permas dan M. S. Rusli, 2012. *New Customer Relationship Management* untuk Memenangkan Persaingan, Jakarta: PPM
- Supardi. (2013). Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif. Jakarta: *Change Publication*.
- Sujarweni, V. Wiratna, Metodologi penelitian lengkap, praktis, dan mudah dipahami. Yogyakarta : PT. Pustaka Baru. (2014)
- Sujarwoto, Sujarwoto (2021). Analisis dan Interpretasi Data Riset Administrasi Publik (Suplemen) (PDF). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. hlm. 4. ISBN 9786233121293.
- Sujarweni, V. Wiratna, Metodologi penelitian lengkap, praktis, dan mudah dipahami. Yogyakarta : PT. Pustaka Baru. (2014)
- Sujarwoto, Sujarwoto (2021). Analisis dan Interpretasi Data Riset Administrasi Publik (Suplemen) (PDF). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. hlm. 4. ISBN 9786233121293.
- Supardi, (2013), Sekolah Efektif Konsep Dasar dan Praktiknya, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta (2017)
- Sendari, Anugerah Ayu (2021-03-15). Shidqiyyah, Septika, ed. "8 Tujuan Promosi dalam Pemasaran, Pengertian, Bentuk, dan Strateginya". Liputan6.com. Diakses tanggal 2021-06-29.

Wijaya, Tommi., Eristia Lidia Paramita. 2014. Pengaruh Electronik *Word of Mouth* (eWOM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. Jurnal Marketing 2014.