

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March)*.
- Al-Dmour, H., Al-Qawasmi, S. (2022). The Role Of Electronic Word Of Mouth (eWOM) and The Marketing Mix On Women's Purchasing Intention Of Children Dietary Supplements. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*.
- Annisa Anatasya. (2023) *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*.
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Candra, Y., Sari, D.S., Ismail W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*
- Djaslim Saladin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu.
- Kotler dan Keller (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Faiq Azmi. (2023). *Sapa Pelaku Usaha, Zulhas Ingin UMKM Kuat Jadi Fondasi Indonesia Emas 2045*.

- <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-7107368/sapa-pelaku-usaha-zulhas-ingin-umkm-kuat-jadi-fondasi-indonesia-emas-2045/amp>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2002). Strategi Pemasaran, Konsep, Teori dan Implementasi. In Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA (Issue september). Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2. Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler. P. (2015). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. 9-30.
- Kotler. P. (2018). Manajemen Pemasaran (Edisi 12 J). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstong, G. (2018b). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen. 15 Edition, Pearson Education, Inc
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. ., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. Jurnal EMBA, 9(2), 110–121.
- Millenium, S., Alicia, Suardana, Wayan, I., Negara, K., & Made, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. Jurnal IPTA, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p17>
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). Manajemen Pemasaran

- Panjaitan, R. (2019). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rosita, Dewi, Novitaningtyas, & Ivo. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505.
<https://doi.org/10.31842/journalinobis.v4i4.200>
- Sofiah, M., Ramadhani, S., Rahmani, N. A. B. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Promotion, Place) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta
- Titik Wijayanti, F. (2017). *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Elek Media Komputindo.
- Tjiptadi, M. (2008). *Konsep pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Modul 1, 1-41
- Putra, Q. E., Tarigan, Z. J.H., Sitepu, R. B., Singh, S. K. (2020). The Impact of Marketing Mix on The Consumer Purchase Decision in the Surabaya-Indonesia Hotel Residence. *SHS Web Conferences*.