

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Arif, M. N. R. (2015). *Pemasaran strategik pada Asuransi Syariah* (Gramata (ed.)). Gramata.
- Basuki, A. T. (2015). *Analisis Statistik dengan SPSS*. Danisa Media.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Hairun, Y. (2020). *Evaluasi dan Penilaian dalam Pembelajaran*. Deepublish.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah*. Kencana.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *ANALISIS REGRESI*. Kencana.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (ketiga). Mitra wacana media.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *PRAKTIKUM STATISTIK* (N. Pangesti (Ed.); Pertama). Ahlimedia Press.
- Pramesti, G. (2017). *Statistika Penelitian dengan SPSS 24*. IKAPI.
- Riduwan, & Akdon. (2015). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika* (Z. Arifin (Ed.); Keenam). Alfabeta.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran* (Y. B. Kusuma (Ed.)). PT. Muara Karya.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Penghantar Manajemen*. Deepublish.

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Prenadamedia Group.
- Setyabudi, D., & Suranto. (2018). *MARKETING* (Yoel (Ed.)). ANDI.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryati, L. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN* (1st ed.). Deepublish.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian*. Deepublish.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik* (4th ed.). ANDI.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen*. CV Pustaka Bengawan.

## **B. Jurnal**

- Alwi, T., & Esti, H. (2018). Keunggulan bersaing UKM yang dipengaruhi oleh orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20, No 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Ekowati, S., Fintariasari, M., & Aslim. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Eleven Cfe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7, No 1. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 7 no 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i01.p17>
- Hermawan, A. F., Supeni, R. E., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat-Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 15, No 2.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/performa.v0i0.4255>
- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran Dan SDM*, 1, No 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.126>
- Kambono, H., & Marpaung, E. I. (2020). Pengaruh Investasi Asing dan Investasi Dalam Negeri terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Akuntansi*, 12, 137–145. <http://journal.maranatha.edu>
- Nizam, M. F., Mufidadah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk terhadap dan Keunggulan Bersaing terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal EMA-Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 5, Nomor 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Noor, M. F., & Musdalifah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online ( Go-Jek ). *Sebatik*, 3(12), 498–504. <https://doi.org/https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i2.804>
- Purwanti, Sarwani, & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Unilever Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 7, No 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/inovasi.v7i1.p24-31.5442>
- Soleha, M., & S Nanda, E. P. (2019). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio (Survei pada pengguna Honda Mobilio di Karawang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5, No 2. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v5i2.406>
- Sumardjono, & Ardila, H. (2018). The Effect of Marketing Mix Upon the Consumer's Decision Making to Buy a Product At PT Griya Pagelaran Bogor. *The Management Journal of Binaniaga*, 03, No 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.33062/mjb.v3i1.241>
- Tambunan, L. T. (2019). Faktor Dominan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Prilaku Kosumen Dalam Keputusan Pembelian Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 35–45. <https://doi.org/10.31849/jieb.v16i1.2261>
- Utama, D. C. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Bekasi. *Jurnal Perspektif*, 17, No 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i1.5320>

## A. Website

- Agustinus, M. (2021). *Perilaku konsumen berubah dimasa pandemi, UMKM harus beradaptasi*. Kumparan Bisnis. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/perilaku-konsumen-berubah-di-masa-pandemi-umkm-harus-beradaptasi-1v1nJwbNK3H/full>
- Angga, B. (2020). *Menjaga stabilitas daya beli masyarakat*. Detiknews. <https://news.detik.com/kolom/d-5084698/menjaga-stabilitas-daya-beli-masyarakat>
- Anindita, H. (2021). *Persaingan bisnis : Strategi efektif bangun persaingan bisnis yang sehat*. Jojonomic.Com. <https://www.jojonomic.com/blog/persaingan-bisnis/>
- Atila, A. (2021). *Inovasi produk : pengertian dan konsepnya*. Jojonomic.Com. <https://www.google.com/amp/s/www.jojonomic.com/blog/inovasi-produk/>
- Dukung pemulihan ekonomi dan stabilitas harga , penguatan UMKM menjadi kunci*. (2020). Kompas. <https://biz.kompas.com/read/2020/10/28/135524328/dukung-pemulihan-ekonomi-dan-stabilitas-harga-penguatan-umkm-menjadi-kunci>
- Sendari, A. A. (2021). *8 Tujuan promosi dalam pemasaran, pengertian, bentuk, dan strateginya*. Liputan 6. <https://m.liputan6.com/hot/read/4506677/8-tujuan-promosi-dalam-pemasaran-pengertian-bentuk-dan-strateginya>
- Tashandra, N. (2019). *Alasan Masyarakat Indonesia sangat doyan ngemil*. Kompas.Com. <https://www.google.com/amp/s//amp.kompas.com/lifestyle/read/2019/12/03/190747220/alasan-masyarakat-indonesia-sangat-doyan-ngemil>