

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suranto and A. Pratiwi, "Model Pengembangan Pemasaran Kain Tenun 'Goyor' Berorientasi Pasar Berdasar Keinginan Konsumen Di Era Industri 4,0 (Sentra Industri Kain Goyor Sragen Indonesia)," *lenaco*, vol. 0, pp. 260–273, 2020.
- [2] M. D. Fauzan, I. Agus, A. Suhendra, and R. Aurachman, "Designing the attribute of yellow truck cafe based on consumer preferences of cafe in bandung using conjoint method," *Perhotelan*, vol. 5, no. 1, pp. 1214–1220, 2018.
- [3] D. Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*. CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2014.
- [4] V. Laoli and F. Hulu, "Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, vol. 1, no. 2, pp. 19–24, 2018, doi: 10.36778/jesya.v1i2.19.
- [5] P. Kotler and G. Amstrong, *Principles of Marketing*, 16th Editi. United Kingdom: Pearson, 2016.
- [6] S. Utami, "Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo," *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, vol. 13, no. 01, p. 115759, 2015.
- [7] L. P. Supu, B. Lumanauw, and J. G. Poluan, "Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 9, no. 3, pp. 919–928, 2021.
- [8] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: PT Indeks, 2016.
- [9] Y. P. Ningsih and S. W. Hati, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Accu Yuasa yang Dipromosikan Distributor PT Riau Indotama Abadi di Batam," *Journal of Applied Business Administration*, vol. 1, no. 1, pp. 10–18, 2019, doi: 10.30871/jaba.v1i1.1255.
- [10] F. Sandy, Z. Arifin, and F. Yaningwati, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian," *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya)*, vol. 9, no. 2, pp. 1–10, 2014.
- [11] S. Amanah, "Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan," *Jurna Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan, dan Teknologi*, vol. 13, no. 1, pp. 55–66, 2015.

- [12] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- [13] Bagida et al., "Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV . Lion Jailolo," *Jurnal Productivity*, vol. 2, no. 2, pp. 146–151, 2021.
- [14] L. A. Wibowo and D. J. Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung : ALFABETA, 2017.
- [15] M. Indasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, 2019.
- [16] N. K. Malhotra, D. Nunan, and D. F. Birks, *Marketing Research : An Applied Approach*. Pearson Education : Harlow, 2017.
- [17] S. Santoso, *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- [18] J. Supranto, *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: UI Press, 2010.
- [19] Muh. Y. Matdoan, E. R. Persulesy, and F. Kondo Lembang, "Analisis Preferensi Pelanggan Pt. Pln (Persero) Dalam Menentukan Atribut Rekening Listrik Prabayar Di Kota Ambon Dengan Menggunakan Metode Analisis Konjoin," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, vol. 10, no. 1, pp. 37–46, 2016, doi: 10.30598/barekengvol10iss1pp37-46.
- [20] G. A. R. Suranto and AMA Suyanto, "Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Kosmetik Korea Di Indonesia," *Jurnal Mitra Manajemen*, vol. 4, no. 10, pp. 1523–1533, 2020, doi: 10.52160/ejmm.v4i10.479.
- [21] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA, 2019.
- [22] Elvera and Y. Astarina, *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2021.
- [23] A. W. Kurniawan and Z. Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- [24] R. D. Julianisa, D. Safitri, and H. Yasin, "Analisis Konjoin Full Profile Dalam Pemilihan Bedak Untuk Mahasiswi Departemen Statistika Universitas Diponegoro," vol. 5, pp. 747–756, 2016.
- [25] J. Yulius, "Pengaruh Kualitas Layanan Inti dan Tambahan terhadap Positif Word of Mouth di SMU Semarang," *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol. 13, no. 1, pp. 77–84, 2011.
- [26] D. W. S. Rahayu, "Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square," *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, vol. 12, no. 2, pp. 42–51, 2019, doi: 10.35457/akuntabilitas.v12i2.915.

- [27] M. Dermawansyah and R. M. Rizqi, "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa," *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, pp. 1–5, 2019.
- [28] F. Rahmadani and S. Andrini, "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (IIMS)," *Jurnal Audience*, vol. 4, no. 01, pp. 38–59, 2021, doi: 10.33633/ja.v4i01.4203.
- [29] R. S. Putri and I. Safri, "Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru," *Jurnal Valuta*, vol. 1, no. 2502–1419, pp. 1–25, 2015.