

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azani, Elfa. dkk. 2019. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Keripik Nanak Produksi Desa Kualu Nanas di Kota Pekanbaru. *SEPA Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. SEPA : Vol. 16 No.1
- Basu Swasta. 2012. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Dewi dan Keni. 2013. Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.
- Elfa, Azani Et, dkk. 2019. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Keripik Nanak Produksi Desa Kualu Nanas di Kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*. ISSN: 1829-9946.
- Fatmawati, Nurul dan Soliha, A Euis. KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR MATIC “HONDA”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank: Semarang.

- Handoko, Hani. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Jatmiko, Achmad. 2016. *Persepsi Member Virenika Gym Fitness Center Terhadap Strategi Pemasaran*. Lumbung Pustaka UNY. FIK UNY: Yogyakarta
- Kotler dan Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa : Damos Sihombing. Editor : Wisnu Candra K. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kumalasari, Riesta Devi. 2017. *Pemilihan Lokasi Usaha Sebagai Salah Satu Strategi Dalam Business Start Up*. . Bina Nusantara University: Malang.
- P3EI Universitas Islam Indonesia. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pamungkas, Bagas Aji dan Zuhro, Siti. 2016. *Pengaruh Peomosi Di Sosial Media Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada bontacos, Jombang)*. STIE PGRI Dewantara Jombang: Jombang.
- Purwodarminto. (2002). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sardanto, Rino dan Ratnanto, Sigit. 2016. *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Kota Kediri*. Jurnal Benefit. Vol. 3 No. 1.

- Setiadi .(2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenanda Media.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soeswoyo, Dina Mayasari dan Tumbelaka, David. 2020. DAMPAK PROMOSI DIGITAL LINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DUNKIN DONUTS. *Journal FAME*. Vol.3 (No.1) : 01 – 56.
- Sugiyono. (2003). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sulistiyawan, Yudik. (2004). *Persepsi Anggota Klinik Kebugaran FIK UNY terhadap Kualitas Jasa Pelayanan: Penelitian*. FIK UNY: Yogyakarta
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu. h.4.
- Suwinto, Johan. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiwaha, Detra Pandji dan Whydiantoro. 2019. Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan *Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place)* di Pabrik Kecap Majalengka (Studi Kasus: Pabrik Kecap Ban Bersayap). *Jurnal Teknik Industri*. ISSN: 2460-8416.
- Wiwaha; dan Whydiantoro. 2019. Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan *Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place)* di Pabrik Kecap Majalengka (Studi Kasus: Pabrik Kecap Ban Bersayap). Universitas Majalengka: Majalengka