

DAFTAR PUSTAKA

- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran. In *PT Rajagrafindo Persada*.
- Anjelisa, Mananeke, L., & Rogi, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting Dan Positioning (Stp) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bp-Smart Protection Di Ajb Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 4075. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/21970/21671>
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods : Twelfth Edition*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307–316. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.271>
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori, dan Implementasi*. penerbitpascalbooks@gmail.com
- Haryono, S. (2017). Pengaruh Shopping Orientation, Social Influence, Dan System Terhadap Costumer Attitude Melalui Perceived Ease of Use (Studi pada Apple Store). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–10.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25.
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vorseica, B. R. (2021). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. In *Management and Business Review* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5820>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke 12. Jilid 1*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Buku 1*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*.

Kurtz, B. (2008). *Contemporary Marketing 14th*.

Malik, I. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.29103/njiab.v3i1.3051>

Mantala, I. P. F., & Suasana, G. A. K. G. (2019). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Iphone Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1487–1514. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p12>

Maulani, A. M. (2020). Strategi Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Merencanakan Pembangunan Di Kabupaten Bone. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 1(2), 425–439.

Mubarak, M. M. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli. *Inarxiv*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/sdrf5>

Muflihatin, S. I., Nursamsi, & Muttaqin, M. K. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 76–87. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>

Muqsitha, F. N. (2019). Sekolah tinggi ilmu ekonomi perbanas surabaya 2011. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*.

Noviana, T., Sarwinata, H., & Purwati. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Toko Pempek Flamboyant Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2 No.3(3).

Pratana, N. K., & Margunani. (2019). Pengaruh Sikap Berwirausaha, Norma Subjektif dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 533–550. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31489>

Schindler, P. S. (2019). *Business Research Methods: (13th ed.)*.

Simanihuruk, P., Tamba, D., & Sagala, R. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 98–112. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1189>

Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>

- Sukmaningrum, S., & Rahardjo, M. (2017). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory of Planned Behavior. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Surbakti, N., & Silalahi, S. (2018). Pengaruh Kredibilitas Pegawai Dalam Komunikasi Interpersonal Terhadap Sikap Nasabah Pada Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 4(1), 1–13.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>