UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laith Susu Kurma
RIZA ZAHRU FAJRIN, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., MBA.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Asa, C. G. (2018). "Pengaruh Kesadaran Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek dan Ekuitas Merek Mamahke Jogja dengan Produk Kue di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.

Dhameria, V. (2014). "Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environtment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implusif". *Jurnal*. Universitas Diponegoro

Erdogmus & Çiçek (2012). "The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty" Procedia - Social and Behavioral Sciences, (58)

Ghozali (2005) "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi". Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali (2013). "Analisis Multivariat dengan Program SPSS". Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Khoiro, Rachma & Hufron (2018). "Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intevening". *e –Jurnal Riset Manajemen Unisma.*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). "Prinsip-Prinsip Pemasaran".Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Indeks.

Klimchuk & Krasovec (2006). "Desain Kemasan" Jakarta: Erlangga.

Kusumasari, A. D. (2017). "Pengaruh dari Desain Kemasan Produk, Daya Tarik Iklan, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis UB.* 2 (49)

Haenlein, M. (2010). Instructional Techniques. New York: McGraw Hill Books, Co.

Munandar (2001). "Psikologi Industri dan Organisasi" Depok : Penerbit Universitas Indonesia

Nillson & Ostrom (2005). "Packaging as a Brand". *Communication Vehicle*. Lulea University of Technology (63)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laith Susu Kurma
RIZA ZAHRU FAJRIN, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., MBA.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Njoto, T. (2016). "Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 4 (1)

Nurdiana, D., & Adyas, D. (2019). "Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ban Accelera Pada PT Elang Perdana Tyre Industry Citeureup Bogor". *Jurismata* 1 (1)

Prabhowo, A. (2018). "Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Produk Kopi Good Day di Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.

Safitri, E. (2020). "Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eza Mandiri Tahu Tuna Pak Ran Pacitan". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Sudarmono (2016). "Analisis Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Faktor-Faktor yang Membentuk Preferensi Merek Coffee Shop di Social Media". Semarang

Sugiyono (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif". Bandung: ALFABETA.

Sumarni (2005). "Metodologi Penelitian Bisnis" Yogyakarta: Andi.

Sutopo, I. M. (2017). "Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek dan Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA)". *Diponegoro Journal of Management* 4 (6). 1-15.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Weny, I. N. (2019). "Pengaruh Kemasan dan daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Susu kental Manis Frisian Flag (Studi Pada Konsumen Susu Kental Manis Frisian Falag di Giant Maspion Square Surabaya)". *Jurnal Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.* 1 (7).

Widoyoko, E. (2016) "Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian". Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wenats, A. G., dkk (2012). "Komunikasi Pemasaran di Indonesia" Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yesi, L. (2017). "Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Kemasan Produk, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang". *Skripsi.* Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.