

## REFERENSI

- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi PT Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*.
- Cyasmoro, Verry dan Anggraeni, Sheli Puspita. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Delicio Bakery Café Jakarta. *STEIN eRepository*, 15(1).
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, J. (2009). Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Durianto, Darmadi. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gitosudarmo, Indriyo. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23 (edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kemenperin.go.id. (2019). <https://www.kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi> diakses pada tanggal 5 April 2021, dilansir dari bisnis.com.
- Kencana, P. N. (2018). The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction. *PINISI Discretion Review*, 2(1), 53-60.
- Kiki Fatma, N., dan Soenarto, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Produk. *iqtishadEQUITY jurnal MANAJEMEN*, 1(1).
- Kompas.com. (2020). <https://money.kompas.com/read/2020/08/30/151100526/ini-3-subsektor-ekonomi-kreatif-yang-jadi-penyumbang-terbesar-pdb-indonesia> diakses pada tanggal 5 April 2021.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip; Ang, Swee Hong, dkk. (2004). *Manajemen Pemasaran dari Sudut Pandang Asia*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management*, 14th Edition, New Jersey: Pearson Education Limited.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktik. *Jakarta: salemba empat*, 101.
- Muafa, I. W., Awal, M., Wahyudhi, C. A., Waas, S., dan Noer, E. (2020, March). The effect of product quality and service quality on customer satisfaction in crocodile skin crafts industry. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*(Vol. 473, No. 1, p. 012028). IOP Publishing.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan praktis olah data menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Rahman, H. A., dan Sitio, A. (2019). The Effect Of Promotion And Product Quality Through Purchase Decision On The Customer Satisfaction Of Bohemian Project. Id Products. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(1), 55-72.
- Razak, A. A., dan Shamsudin, M. F. (2019). The influence of atmospheric experience on Theme Park Tourist's satisfaction and loyalty in Malaysia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(9), 10–20.
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3).
- Sari, Herviana V. Purnama dan Andjarwati, Anik Lestari (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada konsumen biskuit oreo di carrefour surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Cetakan ke-3. Bandung: Alfabeta.

- Sugiono, E., dan Widiastutik, S. (2021). The Effect of Product, Price and Promotion on Purchase Decision-Mediated by Customer Satisfaction of Oriflame M3 Network Community. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 4(1), 129-142.
- Sudari, S., Tarofder, A., Khatibi, A., dan Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385-1396.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wantara, P., dan Tambrin, M. (2019). The Effect of price and product quality towards customer satisfaction and customer loyalty on madura batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1-9.

