

DAFTAR PUSTAKA

- Abda, N. & Sutrisna, E. (2018), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen Toko VizCake Pekanbaru, *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 5 No. 2, pp. 5-6
- Andriyanto, L., Syamsiar, S. & Widowati, I. (2019), Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) terhadap Keputusan Pembelian di Thiwul Ayu Mbok Sum, *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, Vol. 20 No. 1
- Elia, F.N. & Sunarti. (2018), Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Kunjungan dan Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Kampung Coklat Kabupaten Blitar), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61 No.4, pp. 41
- Fiazisyah, A. (2018), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya, *Jurnal Tata Boga*, Vol. 7 No. 2, pp. 4
- Gardjito, M., Harmayani, E. & Santoso, U. (2019), *Makanan Tradisional Indonesia Seri 3: Makanan Tradisional Yang Populer (Menu Sepiring Lengkap dan Makanan Berbasis Buah-Buahan)*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25*, Edisi ke 9, Semarang: Universitas Diponegoro
- Kemp, S. (2020, Februari 18), Digital 2020: Indonesia, Diakses Februari 20, 2021 pada <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2015), *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*, England: Pearson Education, Inc
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 17, England: Pearson
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- 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*, Vol. 7 No. 1. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Mahmoud, T.O. (2018), Impact of Green Marketing Mix on Purchase Intention, *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, Vol. 5 No. 2, pp. 129. DOI: 10.21833/ijaas.2018.02.020
- Mekel, C.T.O., Baroleh, J. & Pakas, C.B.D. (2015), Profil Usaha Klapertaart Manado, *Jurnal Agri-Sosioekonomi*, Vol. 11 No. 3, pp. 27. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.11.3.2015.9860>
- Mustapa, A., Pharamita, P.D. & Haisolan, L.B. (2018), Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Keragaman Produk Sparepart Toyota terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang), *Journal of Management*, Vol. 4 No. 4, pp. 4
- Nawaz, S.S. & Kaldeen, M. (2020), Impact of Digital Marketing on Purchase Intention, *International Journal of Advanced Science and Technology*, Vol. 29 No. 4, pp. 1115
- Negara, A.A.N.D.E, Arifin, Z. & Nuralam, I.P. (2018), Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61 No. 2, pp. 204
- Polla, F.C., Mananeke, L. & Taroreh, R.N. (2018), Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan SEA, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 6 No. 4, pp. 3069. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Sari, K.W. (2020, Oktober 6), Tantangan dan Tren Pola Konsumsi Masyarakat di Indonesia Berubah?, Diakses Februari 20, 2021 pada <https://cfns.ugm.ac.id/2020/10/06/tantangan-dan-tren-makanan-di-indonesia-berubah/>
- Simamora, B. (2008), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sindy, S. & Linarda, F. (2013), Perilaku Masyarakat Surabaya terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Indonesia Ditinjau dari Faktor Eksternal & Internal, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 1 No. 2, pp. 515

- Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. & Tjiptono, F. (2018), *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Susanti, F. & Gunawan, A.C. (2019), Pengaruh Bauran Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang, *INA-Rxiv Papers*.
- Ujianto & Abdurachman (2004), Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 1, pp. 40-41.
<https://doi.org/10.9744/jmk.6.1.pp.%2034-53>
- Utami, H. N. & Firdaus, I. F. A. (2018), Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1, pp. 138.
- Widowati, S. (2017, Juli 6), Indonesia Pasar Instagram Terbesar se-Asia Pasifik, Diakses Februari 20, 2021 pada
<https://industri.kontan.co.id/news/indonesia-pasar-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>
- Widoyoko, E. P. (2014), *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Wirayanthi, N. & Santoso, S. (2019), Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol. 1 No. 2, pp. 88.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.231>
- Yanto, E. & Herman, H. (2020), Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiga Benua, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 8 No. 3, pp. 104.
<https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29520>
- Zainuddin, D. (2018), Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Motor Matik, *Jurnal LPPM Sosio E-cons Unindra*, Vol. 10 No. 3, pp. 220-227.
<http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>

