

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Afriani, D., Pratama Agusfianto, N., Faizathul Octavia, Y., Mulyaningsih, T., Yulianah Yusuf, S. M., ... Albin Tabun, M. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)* (Cetakan pertama; A. Bairizki, Ed.). Lombok Barat: SEVAL. Retrieved from www.penerbitseval.com
- Cahya, F., & Firmialy, S. (2022). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AMANDA BROWNIES DI PALIMANAN CIREBON THE EFFECT OF MARKETING STRATEGY ON AMANDA BROWNIES CONSUMER SATISFACTION IN PALIMANAN CIREBON*.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N., Marsiti, C., Widiartini, K., & Angendari, M. (2017). *Perilaku Konsumen* (Cetakan ke 1). Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi* (Cetakan kesatu; S. Mahdi, Ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Fhadilah, I., & Setyorini, R. (2022). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP VOLUME PENJUALAN SHOPEE FOOD PADA PRODUK UMKM DI KOTA BANDUNG*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progra IBM SPSS 25 Edisi 9* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ginting, N. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan 1; W. Aziz & E. Rosmayanti, Eds.). Bandung: CV. YRAMA WIDYA.
- Indotrading. (n.d.). Daftar Perusahaan, Importir, Toko, Distributor, Supplier Treadmill.
- Indrawati. (2015). *Metode penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi* (Cetakan Kesatu; D. Sumayyah, Ed.). Bandung: PT. Refika Aditama.
- Indrawati, I., Ramantoko, G., Widarmanti, T., Aziz, I. A., & Khan, F. U. (2022). Utilitarian, hedonic, and self-esteem motives in online shopping. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(2). <https://doi.org/10.1108/SJME-06-2021-0113>
- Kotler, Philip, Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16e ed.). Harlow Essex: Pearson.
- Kotler, Philips(s), & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.

- Madjid, B., & Syahputra. (2019). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Volume Penjualan Teh Botol Sosro di Kota Bandung*.
- Nasution, A., Sudarso, I., & Trisunarno, L. (2006). *Manajemen Pemasaran untuk Engineering* (D. Hardjono, Ed.). Yogyakarta: CV. ANDI.
- Ngalimun, Ropiani, M., & Anwar, H. (2019). *Komunikasi Bisnis Kewirausahaan Dalam Islam*. Bantul: Parama Ilmu.
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Priyatno, D. (2009). *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Rahmasari, L., & Oktavia, A. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Cetakan Pertama; A. Yuliain, Ed.). Semarang: CV. Pustaka STIMART-AMNI Semarang. Retrieved from <https://penerbit.unimar-amni.ac.id/>
- Ramadhan, D., & Dewi, R. S. (2021). *ANALISIS RAMALAN PENJUALAN PADA THE COFFE BEAN & THE LEAF DENGAN MENGGUNAKAN METODE LEAST SQUARE (STUDI KASUS RAMALAN PADA THE COFFEE BEAN & THE LEAF 2021-2022)*. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpia/index>
- Ramadhan, N. F., & Moeliono, N. N. K. (2022). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN PADA SAAT PANDEMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA AUTO 2000 RANCAEKEK)*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/virus-corona-terjadi-6-bulan-daya-beli-masyarakat-terpukul-paling->
- Riduwan, & Kuncoro, E. (2021). *Path Analysis (Analisis Jalur)* (Cetakan ke 8; B. Alma, Ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Rusmana, A., Dewi, E., Hadisiwi, P., & Karlinah, S. (2019). *Book Chapter Communication and Information Beyond Boundaries* (Cetakan 1; D. Aulianto, C. Karolina, A. Fahrudin, E. Wulandari, D. Amalina, E. Kustanti, ... S. Ekaputri, Eds.). Aksel Media Akselerasi.
- Safitri, R., & Suyanto, A. (2021). *ANALISIS BAURAN PEMASARAN 4P, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA KURIR PT POS INDONESIA ANALYSIS OF MARKETING MIX 4P, SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE TOWARDS DECISION TO USE PT POS INDONESIA COURIER SERVICES*.

- Saladin, D. (2007). *INTISARI PEMASARAN & UNSUR-UNSUR PEMASARAN* (Keempat; R. Fikri, Ed.). Bandung: Linda Karya.
- Sari, D., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., ... Sangadji, S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini, Ed.). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sarwono, J. (2019). *MENGUBAH DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL DENGAN METODE SUKSESIF INTERVAL (MSI)*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke 3; Setiyawami, Ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus* (Cetakan pertama). Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi 2). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Viora, P., & Suyanto, A. (2020). Keputusan Pembelian Berdasarkan Persepsi, Motivasi, Dan Sikap Pada Marketplace. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 13(1), 16–22. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v13i1.1796>
- Yusfin, A., Abduh, T., & Abubakar, H. (2021). *Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan* (H. Remmang & M. Said, Eds.). Gowa: Pusakaa Almaida.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2018). *Service Marketing* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.