DAFTAR PUSTAKA

Andi Wibowo, R. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo. https:/[/www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/vgywDwAA)c[o.id/books/edition/Manajemen\_Pemasaran/vgywDwAA](http://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/vgywDwAA)QB AJ?hl=id&gbpv=1&dq=pemasaran+adalah&pg=PT2&printsec=frontcove

r

Astuti,M.,Sembiring,R. ,& Gunaedi Argo,J. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0*. Deepublish. https:[//www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_Digital_dan_Per)c[o.id/books/edition/Strategi\_Pemasaran\_Digital\_dan\_Per](http://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_Digital_dan_Per)i laku/8S\_YEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=minat+beli+adalah&pg=PA22 &printsec=frontcover

Budiman Bancin, J. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV. Jakad Media Publishing. https:/[/www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_)c[o.id/books/edition/Citra\_Merek\_dan\_Word\_of\_Mouth\_](http://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_) Peranannya/riAzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+keputusan+pe mbelian&pg=PA21&printsec=frontcover

Darmanto, & Wardaya,S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=OM- EDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\_ge\_summary\_r&ca d=0#v=onepage&q&f=false

Grace Haque-Fawzi, M.,Syarief Iskandar, A., Erlangga,H., Nurjay a, & Sunarni, D.(2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=73hjEAAAQBAJ&oi=fnd& pg=PR1&dq=pengertian+strategi+pemasaran+menurut+para+ahli&ots=YRx JYVzIfv&sig=zwjkfi3kzKRm0QUSqNz42vRvwXc&redir\_esc=y#v=onepag e&q=pengertian strategi pemasaran menurut para ahli&f=true

67

Gunawan,D., Dwi Pratiwi, A.,Arfah,Y., & Bobby,H. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional. https:[//www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Skincare_Saf)c[o.id/books/edition/Keputusan\_Pembelian\_Skincare\_Saf](http://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Skincare_Saf)i\_Ber bas/O2BlEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, *9*(2), 100–110. https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848

Japarianto, E., &Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai InterveningVariable Pada E- CommerceShopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *14*(1), 35–43. https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43

Nugraha, K., Arief, Bramantoro Abdinagoro, S., & Heriyati, P. (2022). *Cosumer Blocking Effects (Pada Calon Nasabah Bank Syariah di Indonesia)*. Indonesia Emas Group.

https:[//www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Consumer_Blocking_Effect_Pada_C)c[o.id/books/edition/Consumer\_Blocking\_Effect\_Pada\_C](http://www.google.co.id/books/edition/Consumer_Blocking_Effect_Pada_C) alon\_Nasa/8JLgEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=indikator+keputusan+pem belian&pg=PA37&printsec=frontcover

Nur Eli Brahim, M. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bsinis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansidan Keuangan.Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga.* ANDI. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=TnAJEAAAQBAJ&oi=fnd &pg=PA41&dq=strategi+pemasaran+&ots=fY2ERytJzc&sig=Q1HEGw85Ta Ji2ePqoI08k1o5EEk&redir\_esc=y#v=onepage&q=strategi

pemasaran&f=true

Philip,K., & Gary,A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Puspita Dewi, E., Manalullaili, Anwar, S., Jawasi, Sidik Purnama, M., Okfarianti, T., & Maharani, T. (2022). *Manajemen Pemasaran Hasil Pengelolaan Bank Sampah Melalui E-commerce*. Pale Media Prima. https:[//www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Hasil_Peng)c[o.id/books/edition/Manajemen\_Pemasaran\_Hasil\_Peng](http://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Hasil_Peng)el olaan\_Ba/0pBwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+marketing+ mix+menurut+para+ahli&pg=PA82&printsec=frontcover

Rangkuti,F.(2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. PT Gramedia Pustaka Utama. https:/[/www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Mengukur_Efektivitas_Program_Pro)c[o.id/books/edition/Mengukur\_Efektivitas\_Program\_Pro](http://www.google.co.id/books/edition/Mengukur_Efektivitas_Program_Pro) mosi\_Ana/56tTE3UIK3wC?hl=id&gbpv=1&dq=tujuan+promosi&pg=PA28 &printsec=frontcover

Saragih,L., Fadli Muhamad,L., Korosando,F., Nurkomariyah,S., Indah Mutiasari, A.,Umiatun Andayani,S., Nurchayati, Herdiansah, Amruddin, & Hartono,R. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*.Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https:[//www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/Konsep_Dasar_Manajemen_Pemasar)c[o.id/books/edition/Konsep\_Dasar\_Manajemen\_Pemasar](http://www.google.co.id/books/edition/Konsep_Dasar_Manajemen_Pemasar)a n/Uq-- EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+manajemen+pemasaran&pg= PA1&printsec=frontcover

Sayyid,M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawara. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=TnAJEAAAQBAJ&oi=fnd &pg=PA41&dq=strategi+pemasaran+&ots=fY2ERytJzc&sig=Q1HEGw85Ta Ji2ePqoI08k1o5EEk&redir\_esc=y#v=onepage&q=strategi pemasaran&f=true

Shinta,A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=5OiZDwAAQBAJ&oi=fnd &pg=PR5&dq=pengertian+manajemen+pemasaran&ots=3dlbraaaG2&sig=s 5rvTtotjT\_Eguu3ted9ejEMsow&redir\_esc=y#v=onepage&q=pengertian

manajemenpemasaran&f=false

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV.Alfabet. kotler dan keller. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13,

(Jakarta: Erlangga,

2009) hlm. 214.

https:[//www.google.](http://www.google.co.id/books/edition/FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEM)c[o.id/books/edition/FAKTOR\_FAKTOR\_Y](http://www.google.co.id/books/edition/FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEM) [ANG\_MEM](http://www.google.co.id/books/edition/FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEM) PENGARUHI\_MINAT\_MA/XYISEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

&dq=faktor

+faktor+yang+mempengaruhi+minat+beli&pg=PA8&printsec=frontc over