

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Ansah, A. (2018). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2211>
- Anwar, S. (2016). *Metode Penelitian Bisnis* (edisi 6). Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Christian, K., Handoyo, S., Kelvin, Hondo, P., & Fitriano, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram dan Rem Tromol Motor Honda Matic Pada PT. Mega Anugerah Mandiri Medan. *Wahana Inovasi*, 8(2089–8592), 44–53.
- Firmansah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Startegy*. Semarang: Penerbit Kiara Media.
- Gitosudarmo, iIdriyono. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Heryenzus dan Nora Pitri Nainggolan. (2019). Hirarki Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 01(01), 34–44.
- Husein, U. (2014). *Metode Penelitian Unttuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Periklanan*. Malang: UB Press.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. (C. Putri, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Andy Offset.
- Kirana, G. C., & Permatasari, I. R. (2019). Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa D3 Administrasi

- Niaga 2016), 9–12.
- kotler dan Amstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, inc.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Larasati, O. (2018). Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(4), 273–285. Retrieved from <http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, R. D. (2018). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 130.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.
- Pujiyanto. (2016). *Desain Kemasan Produk*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Rumondor, P., Tumbel, A., & Ogi, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1102–1112.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. (Sobirin, Ed.) (1st ed.). Makasar: CV SAH Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suprayitno, E. (2017). *Dasar Pengawetan* (1st ed.). Malang: UB Press.
- Surjaweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis dan Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Willy, & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu*

- Manajemen* *Http://Jurnal.Um-Palembang.Ac.Id/Ilmu_manajemen*, 8(2), 19.
<https://doi.org/10.32502/jimn>
- Winarno, S. T., & Darsono. (2019). *Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di Jawa Timur*. (yogi, Ed.) (Pertama). Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Yuyun A. (2010). *38 Inspirasi Usaha Makanan dan Minuman Untuk Home Industry*. Jakarta: PT. Agromedia Pustaka.