

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- AG. Suyono, Sri Sukmawati dan Pramono. 2017. Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Jakarta: Intidayu Press
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. Indonesoan Indovisi Institute, 1(Iii), 83–104.
- Arwin. (2018). *Analisis Positioning Branding “Back To Nature” Larissa Aesthetic Center Ponorogo Dengan Pendekatan Bauran Promosi*
- Dimiyati (2018). Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: Rineka Cipta.
- Febriani, Nufan S. dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2018. Teori dan Praktis Riset Pemasaran Komunikasi Terpadu. Malang: UB Press.
- Farida, Nur Dan Ika Selviana. 2019. Pengaruh Strategi Segmentation, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi Kasus Rizqy Mobile & Comp Gresik). Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi, Volume 8 NO.2 Desember.
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6. No 4
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. (2014). Multivariate Data Analysis (7th ed). United States : Pearson
- Hasan, A. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)?. *Technology in society*
- Hamali, A. Y. (2018). Pemahaman Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Juliansyah Noor. 2017. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana
- Khusyairi, M. H. R., Lukiana, N., & Hartono, H. (2018). Pengaruh Desain Produk, Positioning dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 156–167
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2019. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Oktavia, Fanny. 2019. Studi Komparatif Mengenai Word of Mouth dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy dan Pempek Vico Palembang
- Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Rahima, phyta. 2018. Pengaruh celebrity endorser di media sosial instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada akun instagram @wiriamaeazzahra). *Jurnal manajemen pemasaran*.
- Riduwan. (2015). Dasar-Dasar Statistika, Bandung: Alfabeta.

- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1)
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta