

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, I. P., Sanjaya, A., Ketut, I. G. A., & Ardani, S. (2020). Product Quality influence , Word Of Mouth and Internet Marketing toward Purchasing Decisions (Study on Consumer Karakter Coffee Shop in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(3), 159–163.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (1st-Cet 17th ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Dedy, A., & Dita, A. (2020). *Determinants of Consumer Purchase Decision In SMEs*. March 2020.
- Deliyanti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran modern*. LaksBang Pressindo.
- Dewi, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Dhewanto, W. (2019). *Internasionalisasi UKM Usaha kecil dan Mikro Menuju Pasar Global* (Aditya Ari Christian (ed.); I).
- Doloksaribu, S., & Agung Wibowo, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Jig Di Pt. Mitra Global Bersama*. 1–18.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis* (I). Ghalia Indonesia.
- Genchev, E., & Todorova, G. (2017). Sales promotion activities – effective tool of marketing communication mix. *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), 181–185. <https://doi.org/10.15547/tjs.2017.s.01.033>
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo.
- Hidayat, & H. (2020). *The Effect Of Price And Taste On The Purchase*. 244–252.
- Kotler & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Pearson Education International*.

- Malik, Z. N. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaksi Komputer Di Samarinda. *Sumber*, 3(4), 12.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (I)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2014). Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(11), 436. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Pudjiastuti, W. (2016). *Social Marketing*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication (1st ed.)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Said, S. dan. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Strategi Marketing mix*.
- Saleh, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Soehardi, Siddha, A., Hardiyono, Siswanti, T. dan, & Hardpamungkas, N. E. (2020). Pengaruh pandemik covid-19 terhadap wisatawan mancanegara dan nusantara serta karyawan perusahaan penerbangan di indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 3–4.
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385–1396. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.012>
- Sujarweni, V. W. (2018). *Panduan Mudah Olah Data SEM Dengan Lisrel*. PT. Pustaka Baru.

Sukardi. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. PT. Bumi Aksara.

Suprpto, R. & Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.

Swastha, B. (2014). *Manajemen Penjualan*. BPF.

Tambunan, T. (2014). *UMKM INDONESIA*. Usakti.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.); I). CV. Andi Offset.

Wanardi & Triyono, A. (2019). *Wanardi & Triyono, A*. CV Budi Utama.

