

## DAFTAR PUSTAKA

- Devina, Y. H., Pujiyanto, T., & Kastaman, R. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt di DKI Jakarta. *Agrikultura*, 32(2), 168-181.
- Firdaus, M. & Farid M. A. (2008). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis Seri Metode Kuantitatif*. Bogor: IPB Press.
- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 12(1), 99-107.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS (Edisi 6)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, N. S. (2021). Gambaran Konsumsi Herbal dalam Meningkatkan Imunitas di Masa Pandemi COVID-19 Pada Masyarakat Kecamatan Medan Johor. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara. Tersedia pada: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/45301>. [Diakses pada 3 Januari 2022].
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Kedua Belas Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Melia, T. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. Tersedia pada :<https://repository.Penerbitwidina.com/media/publications/557082-pengantar-ilmu-komunikasi-713fd86b.pdf>. [Diakses pada : 30 Oktober 2022].
- Munthe, F. E. Br, & Setyabudi. D. (2019). Faktor-Faktor Pembentuk Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) Pelangi di Semarang. *Interaksi Online*, 7(2), 104-114.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia. Tersedia pada : [https://www.google.co.id/books/edition/Buku\\_Ajar\\_Manajemen\\_Pemasaran\\_Bauran\\_Pem/CZUDEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Bauran_Pem/CZUDEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1). [Diakses pada: 3 Januari 2022].
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pradana, A. K., Slamet, A. S., & Andrianto, M. S. (2018). Analisis faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan pembelian pepaya Calina. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 155-170.

- Pratita, B. W. A., Pratikto, H., Sutrisno, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(4), 497-503.
- Rahmadi, A. N., & Heryanto, B. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 153-169.
- Rahmawati, D., Marwanti, S., & Adi, R. K. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jamu Tradisional di Kota Surakarta. *AGRISTA*, 7(1), 62-73.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Prenada Media Group. Tersedia pada: <https://www.google.co.id/books/edition/PerilakuKonsumen/DZLyDwAAQBAJ?hl=id>. [Diakses pada: 13 Desember 2021].
- Simanjuntak, Y. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Minuman Teh Racikan (Studi kasus: Konsumen Tong Tji Tea House Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan). *Skripsi. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara*. Tersedia pada: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/25797>. [Diakses pada: 13 Desember 2021].
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). *Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suprayitno, A., Rochaeni, S., Purnomowati, S. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan). *Jurnal Agribisnis*, 9(2), 177-214.
- Susilowati, N. (2020). Produktivitas Jamu Pada Masyarakat Argomulyo Di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 17(2), 60-69.

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi-4*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Umar, H. B. (2009). *Principal Component Analysis (PCA) dan Aplikasinya dengan SPSS*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 3(2), 97-101.
- Yogatama, W., Irianto, H., & Antriyandarti, E. (2020). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kopi Bubuk Instan di Kota Semarang. *Jurnal Agribisnis*, 22(1), 191- 205.
- Yuliati, U. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional di Kota Malang. *Manajemen Bisnis*, 1(1), 7-20.