

DAFTAR PUSTAKA

- Beladev, M., Rokach, L., & Shapira, B. (2016). Recommender systems for product bundling. *Knowledge-Based Systems*, *111*, 193–206. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2016.08.013>
- Carsel, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Derdenger, T., & Kumar, V. (2013). The dynamic effects of bundling as a product strategy. *Marketing Science*, *32*(6), 827–859. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0810>
- Dominique, S., & Ferreira, H. V. J. F. P. (2016). Determinants of customer price sensitivity: an empirical analysis. *Journal of Services Marketing*, *30*(3), 1–14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/JSM-12-2014-0409>
- Eddy, S. S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung* (Edisi Revi). Jakarta: PT. Gramedia.
- Fadjarajani. dkk. (2020). *Metodologi Penelitian, Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Ideas Publising.
- Giantri, I. G. A. K. (2021). *Niat Belanja Online Berbasis pengalaman, Kepercayaan, dan Presepsi Kontrol Perilaku*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition) by Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson (z-lib.org).pdf* (p. 761).
- Handani, R. P., & Fundianto. (2019). *Wanted! Prospective Successful Entrepreneurs Only*. Jakarta: One Peach Media.
- Hapsari, R. D. V. dkk. (2020). *Entrepreneurial Marketing*. Malang: UB Press.
- Herlina, V. (2019). *Pandan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2003). *Winning Strategy. Strategi Efektif Merebut dan Mempertahankan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jatiningrum, & Abshor, M. (2020). *Good Corporate Governance dan pengungkapan Enterprise Risk Management di Indonesia*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management* (15th ed.). Global Edition.
- Kuncara, T. dkk. (2020). *Prediksi Ekonomi Indonesia Pasca Covid-19*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Kurtz, B. (2008). *Contemporary Marketing 14th*. New York: Sount-West Cengange Learning.
- Lucas, B. D., & Britt, K. (2003). *Adversiting Psychologi and Research*. Newyork. Mc. Graw Hills.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Nugroho, S. A. (2012). *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya* (Edisi Pert). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pamuji, B. W., Fatimah, F., & Nur, S. (2019). *Analisis Daya Tarik Pembelan Produk Bundling Di Bioskop Cinemaxx Lippo Jember*. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/6209>
- Poernomo, S. L. (2021). *Perlindungan Konsumen Indekos: Perespektif Mahasiswa, Penyewa dan Pemilik Indeks Di Kota Makassar*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Putri, A. A., & Wibowo, S. (2017). *Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Bee Outbound Bogor) the Influence of Bundling Strategy on Interest Buying of Consumer (Case Study At Bee Outbound Bogor)*. 3(2), 205–212.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Sabri, & Melly, S. (2021). *Kewirausahaan Pemanfaatan Limbah Pelepah Kelapa Sawit Dalam Menunjang Perekonomian Masyarakat Desa*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakata: PT.Indeks.
- Siregar, A. Z., & Nurliana, H. (2019). *Strategi Dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dan Publikasi*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Stremersch, S., & Tellis, G. J. (2002). Strategic Bundling of Products and Prices: A New Synthesis for Marketing. *Journal of Marketing*, 66(January), 55–72.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Fandy, T. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku*

Konsumen. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.

Suwarno, J. (2011). *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.

Wibowo, A. (2020). *Corporate Strategy : Konsep Dan Praktik*. Yogyakarta: CV. ANDI.

Wijaya, A., & Kinder, L. (2020). *Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas*. 17(1), 28–38.

Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia.

Yuliari, G. dkk. (2021). *Peta Daya Tarik Taman Wisata Alam Dan Cagar Budaya Sebagai Penentu Bundling Produk Wisata Di EKS Keresidenan Surakarta*. Semarang: Butterfly Mamoli Press.

Yusnita, M. (2019). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: ALPIRIN.

Yusuf, M., & Lukman, D. (2019). *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.

