

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. 2.
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. 284.
- Aust, F. A. (1911). The electrical discharge between a pointed conductor and a hemispherical surface in gases at different pressures. *Physical Review (Series I)*, 32(2), 254–255. <https://doi.org/10.1103/PhysRevSeriesI.32.254>
- Bayuna, G. R., Atmadja, A. T., & Herawati, N. T. (2018). Penentuan harga pokok produksi pada gula aren asli pedawa di desa pakraman pedawa. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 9 No: 3 Tahun 2018 e-ISSN:, 9(3), 156–165
- Heryanto, A. (2008). Popular culture in Indonesia: Fluid identities in post-authoritarian politics. In *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identities in Post-Authoritarian Politics*. <https://doi.org/10.4324/9780203895627>
- Hoiriyah, S., Probowati, B. D., & Purwandari, U. (2016). Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Kemasan Gula Merah Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen. *Agrointek*, 9(2), 102. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v9i2.2140>
- Ivanko, B., & Tunjungsari, H. K. (2019). Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Masyarakat Dengan Kualitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk “Legit.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6), 53–60. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i6.4908>
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. Global Edition Pearson Prentice Hall.
- Kuberasyani, I. A. R., & Rahyuda, K. (2019). Peran Word of Mouth Memediasi Hubungan Antara Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli. *E-Jurnal*

Manajemen Universitas Udayana, 8(7), 4589.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p21>

- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42.
<https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Miftah, M. (2016). Multicultural Education in the Diversity of National Cultures. *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)*, 4(2), 167.
<https://doi.org/10.21043/qijis.v4i2.1766>
- Mubarok, M. H. (2014). Strategi Pertumbuhan Berkelanjutan Indofood Di Pasar Kompetitif. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 99.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v2i2.5270>
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250–260.
<https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22473>
- Prof, A., & Lukas, H. (2002). The perception of Indonesia ' s history and culture by Western historians and social scientists. *Islam Zeitschrift Für Geschichte Und Kultur Des Islamischen Orients*, 1–10.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa*, 1(2), 162–170.
- Rachman, I. F., . A., & . S. (2019). Cultural Issues in Indonesian Language Learning for Foreign Speakers. *International Journal of Educational Research Review*, 1993, 454–460. <https://doi.org/10.24331/ijere.573951>
- Santika, R. H., & Murniati, D. E. (2016). Pengaruh Faktor Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Bakpia di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, 27–33.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/boga/article/view/3165>
- Sari, L. (2020). Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Persentase Marjin Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) “3V” Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Universitas Negeri Makassar. September.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. Jurnal EMBA, 7(4), 5195–5204.

Sudartini, S. (2015). Inserting Local Culture in English Language Teaching To Promote. 45–54.

Sugiyono, Dr. 2010. Metode penelitian kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabet

Sugiyono, Dr. 2013. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Swastha, B. (1989). Basu Swastha. Manajemen Penjualan, 34–35.

Yakub dan Herman. (2011). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. Convention Center Di Kota Tegal, 4(80), 4.

