

DAFTAR PUSTAKA

- [BEKRAF] Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2019). BEKRAF Outlook Ekonomi Kreatif (OPUS) 2019. Diakses 9 Juni, 2020, from <https://www.bekraf.go.id/kegiatan/detail/bekraf-outlook-ekonomi-kreatif-opus-2019>
- [BI] Bank Indonesia. (2020). Data Kredit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Metadata). Diakses 9 Juni, 2020, from <https://www.bi.go.id/Id/Umkm/Kredit/Data/Default.aspx>
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2018). Badan pusat statistik: Proporsi Kredit UMKM terhadap total kredit 2011 – 2016. Diakses 9 Juni, 2020, from <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/18/1335/proporsi-kredit-umkm-terhadap-total-kredit-2011---2016.html>
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, IPG., Cahya, KN. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Lnc Skin Care Singaraja. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 2(1), 22-29.
- Assasuri S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Assasuri S. (2015). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed.). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bernardo C, Bowo A. (2015). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 67-7.
- Dharmmesta, Basu S, Hani T. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Dhurup M, Mafini C, Dumasi T. (2014). “ The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry. *Acta Commercii*, 14 (1): 5.
- Donny S, Imroatul K. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Merdeka pada Masyarakat Semarang. *Journal of Management Diponegoro*, 5(4):1-11.

- Durianto *et al.* (2012). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dytta *et al.* (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Brand Extension, dan Perceived Quality Terhadap Costumer Satisfaction Melalui Brand Preference Sindo Media (MNC Group), *Jurnal Ekobisman*, 3(1):1-14.
- Fatmawati NA, Soliha E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1): 13.
- Firmansyah MA. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fuad M, *et al.* (2010). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghealita V, Setyorini R. (2015). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis*, 4(1): 1-9.
- Ginting. (2015). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Bandung : Yrama Widya.
- Ginting, *et al.* (2017). *Industri Kreatif Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Gunelius S. (2015). *30 Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw Hill.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang (ID): Badan Penerbit Universitas Diponegoro (UNDIP).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr *et.al.* (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). United States: Pearson
- Hermawan. (2014). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya H (2010). *Mark Plus Basics*. Jakarta: Esensi.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13rd ed. part 1). Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13rd ed. part 2). Terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Halaman 92. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Perumal P, Yoganathen A. (2018). Influence Of Social Media Marketing On Consumer Buying Decision Making Process. *Slis Student Research Journal*, 1(1):2-13.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. (2015). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (1st Indonesia language ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Malik, Yaqoob, Aslam. (2012). The Impact of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study Of Hospitality Industry In Pakistan Interdisciplinary. *Journal Of Contemporary Research In Business*, 4(5):487.
- Manilal *et al.* (2014). *The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry. Original Research*, 1(1):1-9.
- Mileva L, Fauzi A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 58(1): 190-199.
- Moisescu Oi. (2015). The Importance Of Brand Awareness In Consumers Buying Decision. *Journal Management & Marketing*. 7(1): 103-110.
- Roy S, Chan T, Cheema A. (2014). Price Expectation And Purchase Decision : Evidence From An Online Store Experiment. *Journal Cust. Need. And Solut.* 1(1): 117-130.
- Roberts, Mary Lou dan Debra Zahay. (2015). *Internet Markting : Integrating Online and Offline Strategies* (3rd ed.). Boston: Cengage Learning.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan

- Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 128–147.
- Sugiama AG. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1): 1-14.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan U. (2014). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta : CAPS.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS: Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wibowo, Radna A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.