

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H., 2015. Manajemen Strategi Pemasaran, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Aliefia Hanifaradiz dan Budhi Satrio. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya: Surabaya.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
- Assauri, S., 2015. Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk", Jurnal EMBA, 63 IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabeta, Bandung.
- Ibid. Hlm: 145-146.

Ihsanuddin. (2020). Presiden Jokowi Teken Keppres Tetapkan Wabah Covid-19 Bencana Nasional. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/13/18101841/presiden-jokowi-teken-keppres-tetapkan-wabah-covid-19-bencana-nasional>

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
 Soemarsono. 1990. Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual. Jakarta: Rieneka Cipta

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition
 New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Management, 15th Edition,
 Pearson Education, Inc.

Kotler dan Gary Armstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125

Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.
 Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.

Marwanto, Aris. 2015. Marketing sukses. Yogyakarta: Kobis.

Pertiwi, Marina Intan., dkk. (2016). “Pengaruh Bauran Terhadap Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker’s King

- Donuts & Coffee di MX Mall Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37. No. 1. Agustus. 2016. 179-186.
- Qardhawi Yusuf, *Fiqh Al-Laghwi At-Tarwih*, Terj Dimas Hamzah, Fiqih Hiburan, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005.
- Sugiyono & Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.(2016). *Service, Quality & Satisfaction edisi 3* ,Yogyakarta: Andi.