

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kennedy, J. E., R. Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu populer.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Monle, C. J. dan L. (2007). *Prinsip-prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Preneda Media Group.
- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal & Skripsi

- Cahyani, L, dkk. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Via TV Commerce dan Iklan Radio terhadap Keputusan Pembelian Produk di OLX*. Telkom University Bandung. Diunduh dari https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Y

- Hatta, N. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Citraland Makassar*. Diunduh dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/9251>
- Haloho, E., & Purba, M. L. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kredit Pensiun Di PT. Bank Sumut Kc. Kampung Lalang Medan*. *Mutiara Manajemen*, 3(1), 187. Diunduh dari <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1073248>.
- Julianti, R. Restuti, S. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Persepsi Resiko, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop (Studi pada Masyarakat Kota Pekanbaru)*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* 1, VIII(3), 1–21. Diunduh dari <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/5605/5234>
- Kalangi, J. S., Moniaga, N. A., Papatungan, R. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk PT. IndofoodCbp Sukses Makmur Bitung*, VI(1). Diunduh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15490>
- Meidina, M., Riyanto, S. (2021). *Efektivitas Komunikasi Pemasaran UMKM Kopi di Era Pandemi COVID-19 (Kasus: Kopi Sisi Kiri, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat)*. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, Vol 05 2021 (684-696). Diunduh dari <http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/882>
- Rachmaditha, Y. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan*. *Universitas Ahmad Dahlan*, 1(2), 1–18. Diunduh dari <http://eprints.uad.ac.id/14932/>
- Rahayu, S. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kartu As Telkomsel Masyarakat Kota Makassar*. *Komunikasi*. Diunduh dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5146/>
- Sartika, A. F. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha V-Ixion (Studi Pada PT. Lautan Teduh Interniaga)*. *Komunikasi*. Diunduh dari <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/22534>
- Srisusilawati, P. (2017). *Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan*. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–18. Diunduh dari <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.1993>

- Sukmawijaya, T., & Imam, A. (2021). *Aktiva Jurnal Manajemen dan Bisnis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Pembelian di Ace Hardware Yogyakarta*. 1(1), 26–34. Diunduh dari <https://journal.actual-insight.com/index.php/aktiva/article/view/36>
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). *Aktifitas Bauran Komunikasi Pemasaran Di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto*. *Jurnal Komunikator*, 9(1), 1–8. Diunduh dari <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2647>
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT . Hasjrat Abadi Ranotana*. 6(4). Diunduh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20935>
- Wicaksono, A., Suyadi, I., & Hidayat, K. (2014). *Studi pada konsumen mobil Toyota Avanza tahun 2012 di Auto 2000 Malang Cabang Sukun*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 1–10. Diunduh dari <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=190125&val=6468&title=PENGARUH%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN%20TERHADAP%20EKUITAS%20MEREK%20Studi%20pada%20konsumen%20mobil%20Toyota%20Avanza%20tahun%202012%20di%20Auto%202000%20Malang%20cabang%20Sukun>
- Yuliana, H. J. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimoderasi Personal Selling di PNP*. Komunikasi. Diunduh dari <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2173/1/Helmina%20Yuliana%20Justi.pdf>

Artikel Online

- Annur, C. (2020). *Konsumsi Kopi di Indonesia Meningkat Selama 5 Tahun Terakhir*. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi-domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir>
- Hidayat, R. (2013). *Analisis Uji Validasi dan Realibilitas Instrumen Kuesioner*. Diunduh dari <https://www.slideshare.net/rachmatstatistika/uji-validitas-dan-reliabilitas>