

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, E.M. (2018). *Pengaruh Persepsi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pelanggan Di Percetakan Tiara Limboto Kabupaten Gorontalo*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gorontalo, Volume 1, hlm. 86
- Abdullah, T. dan Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Agustina, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Volume 5, hlm. 48
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Citra, T. dan Santoso, S.B. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek*, Studi kasus pada Percetakan Jadi Jaya Group Semarang, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Volume 5, hlm. 3
- CNBC Indonesia. (2018). Jalan Terjal Media Massa Konvensional Belum Berakhir. Diakses 28 Maret 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180113150709-4-1384/jalan-terjal-media-massa-konvensional-belum-berakhir>
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hapsari, N.T. (2018). *Seluk Beluk Promosi & Bisnis: Cerdas Beriklan untuk Usaha Kecil & Menengah*. Yogyakarta: A-Plus Books
- Kamaludin, A. (2017). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, Studi Di PT Sarana Panca Karya Nusa Distributor Kabupaten Majalengka. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi STMY Majalengka, Volume 2, hlm. 25
- Kompasiana. (2019). Eksistensi Media Cetak. Diakses 20 Februari 2020, dari <https://www.kompasiana.com/savirarmd/5d22030a0d82300f874d95d2/di-era-digital-saat-ini-bagaimana-eksistensi-media-cetak>

- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education
- Kotler, P. Kartajaya, H. and Setiawan, Iwan. (2017). *Mofing from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Kurniawan, A.R. (2014). *Segala Hal Tentang Marketing & Bagaimana Menjadi Sales Handal*. Yogyakarta: Kobis
- Kusumagiri, B. Pandjaitan, N.H. dan Sukmawati, A. (2016). *Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membeli Majalah Elshinta*, Jurnal Industri Kecil Menengah Institut Pertanian Bogor, Volume XI, hlm.40-41
- Lestari, W. Musyahidah, S. dan Istiqomah, R. (2019). *Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, Volume 1, hlm. 79
- Limakrisna, K. dan Purba, T.P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Martinez, J.V. dan Mascaura, M.E. (2016). *Exploring the Connections Between Age, Adversiting Effectiveness and Purchase Intention in a Traditional Media Setting (magazine) Versus a digital Media Setting (digital magazine) (in Mexico)*, Volume 30, hlm. 11
- Morrisan, M.A. (2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo
- Panjaitan, H.P, dan Handoko, W. (2017). *Analisis Of Marketing Mix 7P (Product, Place, Promotion, Physical, Evidence, People, Process) On Purchase Dicision On Banner On CV. Apple Print*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia Pekanbaru, Volume 5, hlm. 485
- Quigley. C.J. Attaran, S. dan Notarantonio, E.M. (2019). *Consumer Perception of Brand Mention in Magazines by Level of Involment*. Journal of Marketing and Business Communication, Volume 8, hlm. 52
- Rahayu, S. dan Haryanto, J. (2017) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi*, Studi kasus: PT Media Asuransi Indonesia, Volume 1, hlm. 75
- Rosyadi, I. (2018). *Strategi dan Taktik promosi Produk*. Malang: Empatdua Media

- Sangadji, E.M. dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sarjono, H. dan Julianita, W. (2011). *Spss vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat
- Setyaningrum, A. Udaya, J. Dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, E-Marketing*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Srikinasih, M. dan Samsuri. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Percetakan Pada PT. Balebat Dedikasi Prima Bogor*. *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Univer Djuanda Bogor*, Volume 4, hlm. 77
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumawarman, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press
- Tempo.co. (2018). Terungkap Indonesia Punya Media Massa Terbanyak Didunia. Diakses 28 Maret 2020, dari <https://nasional.tempo.co/read/1059285/terungkap-indonesia-punya-media-massa-terbanyak-di-dunia>
- Tirto.id. (2017). Pertumbuhan Oplah Koran Melambat. Diakses 20 Februari 2020, dari <https://tirto.id/pertumbuhan-oplah-koran-melambat-melambat-menurun-ciy7>
- Tjiptono, F. dan Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Triana, P. Mursito, B. dan Sudarwati. (2018). *Pengaruh Harga, Produk, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Buku di CV Gramera*, *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta*, Volume 18, hlm. 232-233
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Yusnia & Jubaedah. (2017). *Pengaruh Pendapatan, Lokus Pengendalian Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pelaku UMKM*