

DAFTAR PUSTAKA

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia.
- Fuxman, L., Mohr, L., Mahmoud, A. B., & Grigoriou, N. (2022). *The new 3Ps of sustainability marketing: The case of fashion. Sustainable Production and Consumption*, 31, 384-396. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.03.004>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holt D, M. C. (2019). Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities. *Marketing Science*, 469-478.
- Ineu Sintia, M. D. (2022). Perbandingan Tingkat Konsistensi Uji Distribusi Normalitas pada Kasus Tingkat Pengangguran di Jawa . *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Statistika, dan Aplikasinya*, 322.
- Jalil Nur Rahman, . M. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Memakai Dana Dompot Digital Pada Masyarakat Kota Bandung. *Marketing*.
- Keller, K. L. (2019). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons*, 223.
- Lailatus Sa'adah, S. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Tambakberas Jombang: Penerbit LPPM*.
- Laroche, M. H. (2020). *Marketing in the 21st century and beyond: New challenges, new opportunities. Emerald Publishing Limited*, 99.
- Muhammad Agreindra Helmiawan, Y. H. (2019). Evaluasi dan Uji Kualitas Website dengan Metode Webqual (Studi Kasus : STMIK Sumedang) . *jurnal of teknologi informasi*, 3.
- Nasution, M., Prayogi, M., & Affandy Nasution, S. (2019). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1-12 DOL: 10.5281/zenodo.1012560
- Palilingan, R. A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. padang: PTGLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Peter, J. &. (2019). *Consumer behavior and marketing strategy. McGraw-Hill Education*.
- Prawoto. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS* . Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Putra, A. G. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 7.
- Rizal, V. Z. (2019). KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA TOKO KUE SELEBRITI BANDUNG MAKUTA (@BANDUNGMAKUTA) TERHADAP

KESADARAN MEREK. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(1).

- Rangkuti, F. (2009:49). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integratedmarketing Communication*. Jakarta: Kompas TV.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Situmorang, M. (2021). pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan uang elektronik (dompet digital) sebagai alat pembayaran pada masa pandemi covid-19 di kota medan. 123-130.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, I. A. (2019). Consumer behavior: Teori dan aplikasi. *Prenadamedia Group*, 22.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center of Akademic Publishing Service).
- Thabit, T., Reawf, M., & Jasmin, Y. (2021). The relationship between the elements of marketing mix and consumer behavior during environmental uncertainty. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Scienes*, 5(1), 50-55, <https://doi.org/10.24086/cuejhss.v5n1y2021.pp50-55>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 346-347.
- Warusman, D. &. (2016). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen DiMini Market Kopkar Primavera Pt Indo American Ceramics*. surabaya: JIM.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer, & Praktis* Jakarta: PT Raja Grafindo Prasada.