

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Subagyo, Purnomo H. Manajemen UMKM. 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung; 2022.
- [2] Ichsanudin, Purnomo H. Monograf: Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung; 2021.
- [3] Philip. Manajemen Pemasaran. 13th ed. Jakarta: Rajawali; 2012.
- [4] Kotler A. Kotler, Philip dan Gary Armstrong. England: Pearson Education Limited; 2016.
- [5] Buchari. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta; 2013.
- [6] Sudaryono. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V. Andi Offset; 2016.
- [7] Andi. Sistem Informasi Akuntansi Konsep dan Penerapan. Yogyakarta: CV Andi Offset; 2015.
- [8] Diyatma. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar, e-Proceeding of Management 2017;4.
- [9] Lupiyoadi. Manajemen Pemasaran Jasa. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat; 2013.
- [10] Kotler, Philip K. Marketing Managemen. 2015th ed. Pearson Education,Inc; 2016.
- [11] Ratnanto S, Purnomo H. Perceived Dan Expectation Value Dengan Metode SERVQUAL Studi: siacad. unpkediri. ac. id. Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi, Kediri: Fakutas Ekonomi Dan Bisnis, UNPGRI Kediri; 2019, p. 361–7.
- [12] Djurwati dan Jeremia. Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. EMBA 2019;7.