

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* (Kedelapan). Salemba Empat.
- Andriany, D., & Tangke, D. M. (2021). INOVASI DAN PANGSA PASAR SEBAGAI DETERMINAN EKSISTENSI ROTI KERING SELAKU JAJANAN TRADISIONAL DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI DI DESA LARIKE, MALUKU TENGAH). *Jurnal Maneski*, 10(2), 223–232. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v10i2.708>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Atika, N. (2018). *ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PANGSA PASAR PADA PT. CIMB NIAGA AUTO FINANCE* [Universitas Muhammadiyah Makassar]. <https://digilibadmin.unimusmuh.ac.id>
- Atmaja, R., & Maryani, M. (2021). Ricky Atmaja & Mira Maryani. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 88–109. <https://jurnal.unai.edu>
- Aulia, A. P. (2020). *Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Pangsa Pasar Terhadap Kinerja Usaha Industri Genteng Jatiwangi Kabupaten Majalengka* [Universitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4332>
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *JURNAL LOGIKA*, XVIII(3), 61–75. <https://www.jurnal.unswagati.ac.id>
- Furqon, M., Rukhviyanti, N., Suharti, L., & Azhari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Lumbung Padi Indonesia (LPI) di Pasar Perumnas. *Jurnal Sains, Manajemen & Akuntansi*, 14(2), 97–107. <https://ojs.stan-im.ac.id>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafiah, H. (2023). Literature review the existence of marketing products. *International Journal Of Multidisciplinary Reseachr And Literature*, 2(3), 280–286. <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/ijomral.v2i3>
- Hartini, S. (2015). *Eksistensi PT.Pegadaian (PERSERO) Cabang Perawang*

dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam [Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <https://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/6849>

- Hawa, S. D. (2024). *Strategi Pemasaran dan Hubungan Pelanggan*. Wawasan Ilmu.
- Hidayatulloh, M. H. (2020). KEMENARIKAN PROMOSI, EFEKTIVITAS BRANDING IMAGE, DAN DAYA BELI PRODUK TERHADAP EKSISTENSI PRODUK. *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26714/vameb.v16i1.7247>
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy : Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Menjadikan Persaingan Tidak Lagi Relevan* (A. Toha (ed.)). Noura Books (PT Mizan Publika). <https://books.google.co.id>
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Ke Tujuh). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Kurniati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga , Persepsi Kualitas Produk , Kemenarikan Promosi , dan Uang Saku yang Memengaruhi Impulse Buying dalam Penjualan Online pada Siswa IPS SMAN 4 Malang. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(6), 694–702.
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Pers.
- Mehta, C. R., & Patel, N. (2015). *SPSS exact tests*. Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health.
- Miati, I. I. S. (2019). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HANDYCRAFTS PADA SENTRA KERAJINAN BAMBU MANGKUBUMI KOTA TASIKMALAYA. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 3(2), 19–34. <https://jurnal.stisipbp.ac.id/index.php/ADBIS/article/view/18>
- Minati, S. (2023). *Inovasi Produk dan Pemasaran Model Event Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal di Kampung Tahu Desa Glitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi* [Universitas KH Achmad Siddiq Jember]. <https://digilib.uinkhas.ac.id/eprint/17298>
- Mukhroji. (2017). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Positioning Produk terhadap Citra Merek Pada Produk Roudup Biosorb 480 SL di Brebes Selatan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 152–169. [jttps://journal.peradaban.ac.id](https://journal.peradaban.ac.id)
- Musyawirah, S. (2016). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA*

BELI MASYARAKAT DI PASAR SENGGOL KOTA MAKASSAR [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR]. <https://repository.usd.ac.id>

NISP, R. O. (2023). *12+ Cara Promosi Yang Menarik Agar Jualan Laris Manis!* OCBC. <https://www.ocbc.id/id/article/2021/06/14/cara-promosi-yang-menarik>

Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST , BRAND IMAGE , PERCEIVED QUALITY , & BRAND. *Jurnal Ilmu Terapan Manajemen*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4> Received:

Perdana, D. I. (2018). *PENGARUH PANGSA PASAR, LEVERAGE, INTENSITAS MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, DAN TINGKAT PERPUTARAN MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA* [UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA]. <https://dspace.uui.ac.id>

Philip, & Kotler. (2005). *Management Of Marketing*. Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing* (1st ed.). Widina Bhakti Persada. www.books.google.co.id

Qisti, A. I., Ramanda, F. N., Jamilah, M., Alfarobi, M. F., & Arianto, N. (2023). Marketing Strategy Analysis of PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk Based on Swot Matrix. *International Conference on Management and Science*, 4(1), 1079–1085. <https://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Qu, Y., & Mardani, A. (2023). Market Orientation, Technological Opportunity, and New Product Innovation Performance. *Journal of Business Research*, 162. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113841>

Riadi, M. (2021). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Kajian Pustaka. <https://kajianpustaka.com>

Rita. (2018). *Brand Image*. International Marketing : Binus University Business School. <https://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2018/03/brand-image>

Rohimah, A., Tjahjono, E., & Pujiyanto, A. (2015). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN GAYA HIDUP BRAND MINDED TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Dinamika Administrasi*

Bisnis, 1, 1–7.

- Saputri, A. A., & Triyono. (2018). Strategi : Trend Mode Fashion, Kemenarikan Promosi, dan Orientasi Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Penjualan (Studi Pada Butik Felucy Wilayah Fatmawati Semarang). *Jurnal Unimus*, 44–58.
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. . (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed.). Pearson Pretice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior* (8th ed.). Pretience Hall.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sekaran, U., & Bouige, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (Seventh Ed). Wiley.
- Shadeni, E. Al, & NR, E. (2022). Pengaruh Market Share dan Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 4(2), 363–376. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/index>
- Simamora, B. (2024). Investigasi Aspek-aspek Promosi. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 53–66. <https://doi.org/10.46806/jm.v13i1.1100>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, M. M. N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (A. Sudirman (ed.)). Media Sains Indonesia. <https://eprints.unmas.ac.id>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomi Terapan: Teori dan Aplikasi SPSS* (1st ed.). Andi.
- Taber, K. . (2017). The Use Cronbach’s Alpha When Deviloping and Reporting Research Instruments In Science Education. *Res Sci Educ*. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>

- Thongsri, N., & Chang, A. K.-H. (2019). Interactions Among Factors Influencing Product Innovation and Innovation Behaviour: Market Orientation , Managerial Ties , and Government Support. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su11102793>
- Trott, P. (2017). *Innovation Management and New Product Development* (6th ed.). Pearson. <https://ftp.idu.ac.id>
- Urfi, S. . (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene*. Universitas Peradaban.