

DAFTAR PUSTAKA

- Afreliyanti, S. (2014). Mengungkap Sejarah Dan Motif Batik Semarang Serta Pengaruh Terhadap Masyarakat Kampung Batik Tahun 1970-1998. *Journal of Indonesian History*, 3(2), 53–59. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih/article/download/7327/5072>
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian pada CV Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 200–210. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/23560/23217>
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10–19. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/19055/20338>
- Faizal, D., & Rahmawati, N. I. (2020). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian Furnitur pada PT Catur Sentosa Berhasil. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 200–210. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/download/8030/pdf>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, J. B., & Andreson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Hananto, B. A., Syarief, A., & Ujjianto, A. N. (2018). Pengembangan Motif Batik Semarangan Menggunakan Tipografi sebagai Gagasan Visual. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 1(1), 1. <https://trijurnal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/view/3874/3136>
- Iskandar, & Kustiyah, E. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia di Era Globalisasi. *Gema*, 30(52), 2456–2472. <https://media.neliti.com/media/publications/62476-ID-batik-sebagai-identitas-kultural-bangsa.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Masruroh, L. R., & Suprpti, I. (2020). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Tradisional Madura. *Agriscience*, 11(1), 200–210. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience/article/download/7785/4815>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/viewFile/8529/3819>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shapiro, S. S., Wilk, M. B., & Chen, H. J. (1968). A Comparative Study of Various Tests for Normality. *Journal of the American Statistical Association*, 63(324), 1343–1372. <https://doi.org/10.1080/01621459.1968.10480932>
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel untuk Jurnal Nasional dan Internasional)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyati, T., & Yuliaty, D. (2019). Pengembangan Motif Batik Semarang untuk Penguatan Identitas Budaya Semarang. *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 4(1), 61. https://www.researchgate.net/publication/331934279_Pengembangan_Motif_Batik_Semarang_untuk_Penguatan_Identitas_Budaya_Semarang/fulltext/5c93905092851cf0ae8d6a91/Pengembangan-Motif-Batik-Semarang-untuk-Penguatan-Identitas-Budaya-Semarang.pdf?origin=publication_detail
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.