

## REFERENCES

- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang. *Progress Conference*, 255-261.
- AHK Indonesien. (2019, September 17). *Confectionary Industry: A Sweet Spot*. Retrieved from <https://indonesien.ahk.de/en/infocenter/news/news-details/confectionary-industry-a-sweet-spot>
- Alatas, S. L., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention melalui Brand Credibility. *JMI: Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 9 (1), 91-105.
- Aleman, C. (2022, June 03). *3 Ways Marketers Can Earn — and Keep — Customer Trust*. Retrieved from <https://hbr.org/2022/06/3-ways-marketers-can-earn-and-keep-customer-trust>
- Ambarita, R. P., & Vanel, Z. (2020). Analysis Promotion Mix Strategies of Andjani Indonesia Semarang to Increase Sales in The Pandemic. *Management Science and Field*, 1936-1946.
- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer pada PT. Genius Alva Makassar. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 15 (3), 515-526.
- Amrizal, D. (2019). *Metode Penelitian Sosial Bagi Administrasi Publik*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.

- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. 1-13.
- Aprian, B. A., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo Pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama. *eCo-Buss, 1 (1)*, 44-55.
- Budaya, I. (2022). Kualitas Pelayanan dan Harga Jasa Transportasi terhadap Kepuasan Penumpang pada PT Ayu Transport Sungai Penuh. *Al-Dzahab: Journal of Economics, Management, Business, and Accounting, 3 (1)*, 32-49.
- Cantafio, T. (2019, October 14). *How to Use Consumer Power to Your Advantage*. Retrieved from <https://brisangroup.com/food-industry-thoughts-articles/consumer-power-shift>
- Darmalaksana, W. (2020). Cara Menulis Proposal Penelitian. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banjar. (n.d.). *Pentingnya Label Bagi Anda (Tanggal Kadaluarsa Produk Jaminan Kesehatan)*. Retrieved from <https://dkumpp.banjarkab.go.id/pentingnya-label-bagi-anda-tanggal-kadaluarsa-produk-jaminan-kesehatan/>
- Erliana. (2021). Penerapan biaya ijarah dalam pembiayaan multiguna di PT. Bank Victoria Syariah Pusat. *PROSEDING SEMINAR NASIONAL AKUNTANSI, 4 (1)*, 163-171.
- Fadillah, M. (2020). The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on the Purchase Decision of Milkita Candy at PT. United Family Food Medan.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishman, J. (2020, May 20). *What Is Retargeting And Why Is It Important?*  
Retrieved from  
<https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2020/05/20/what-is-retargeting-and-why-is-it-important/?sh=513bd94f7212>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23, Cetakan VIII*. Semarang: Undip.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustianto, B., Putri, L. T., & Salis, M. (2022). Effect of Trust, Quality of Service and Product Quality on Consumer Loyalty in CV. Naisha Madu Nusantara. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 54-64.
- Habe, H., & Wulandari, F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Ud. Sumatra Baja Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 1-10.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis, Eight Edition*. United Kingdom: Andover, Hampshire, United Kingdom : Cengage.
- Hanike, Y., & Damirah. (2018). Modifikasi Model Analisis Structural Equation Model (SEM) pada Reaksi Pasar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia Melalui Modification Indices. *Jurnal Matematika dan Pembelajaran*, 127-142.

- Hariri, A., Muslim, S., Ekohariadi, & Yundra, E. (2021). The Effect of Creative Thinking in Improving Decision Making. *Management Science Letters*, 1765-1770.
- Hermanto, & Saputra, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat beli Konsumen produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15 (1), 1-11.
- Hulu, P., & Ruswanti, E. (2018). Influence of Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Trust Towards Purchase Intention (Study Case on Pocari Sweat Isotonic Drink in Indonesia). *Universitas Esa Unggul*, 1-13.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio pada PT. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11 (2), 8-16.
- Kusuma, D. T., & Utomo, H. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, 13 (2), 178-187.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Manawis, R. (2022, May 06). *A Short Guide on Certificate of Analysis*. Retrieved from <https://safetyculture.com/topics/certificate-of-analysis/>
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Influence of Product Innovation, Price Perception, and Promotion on Buying Interests in Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (1), 184-190.

- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). The Influence of Product Quality, Price, and Quality of Service to Customer Satisfaction at PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6 (3), 1658–1667.
- Mardani, Y. (2017). Perencanaan Persediaan Barang jadi dengan Menggunakan Markov Chain di Perusahaan Permen (Studi Kasus: PT. Union Confectionery).
- Merliani, N. N., Mangantar, M., & Arie, F. V. (2021). Celebrity Endorser Analysis in Attracting Consumer Purchase Interest on Instagram Social Media Users (Case Study on Students of Faculty of Economics and Business, University of Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 09 (2), 412-418.
- Meiryani. (2021, August 12). *Memahami Nilai Mean (Rata-Rata) dalam Penelitian Ilmiah*. Retrieved from <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-nilai-mean-rata-rata-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2, 17.
- Mursidi, A., Zulfahita, Setyowati, R., Wulandari, F., Mertika, Susanto, H., . . . Sumarli. (2020). *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Purchasing Decisions Fashion 3Second in the Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096-1104.
- Niazi, N., Rashid, M., & Shamugia, Z. (2021). Role of Marketing Mix (4Ps) in Building Brand Equity: Case Study of Shell Petrol, UK. *International Journal of Applied Business and Management Studies*, 43-44.
- Nurjaya, N., Affandi, A., Erlangga, H., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). The Effect of Product, Promotion and Innovation Activities on Marketing Performance in Middle Small Micro Entreprises in Cianjur. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities*, 528-540.
- Oscar, Y., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara (Ilmu Ekonomi dan Bisnis)*, 20-28.
- Pramitha, T. (2020). Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Brand Awareness terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 453-458.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.
- PT. Union Confectionery. (2013). *About Us*. Retrieved from <http://www.unionfoods.asia/about.html>



- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., . . . Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. (R. Watrianthos, Ed.) Yayasan Kita Menulis.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4 (1), 37-46.
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. D., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). Riset Populer Pemasaran Jilid 2. Media Sains Indonesia.
- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 56-65.
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Liquidity*, 8 (2), 111-123.
- Rahayu, D. W. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 42-51.
- Rahayu, N. (2020). Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di TK Negeri 2 Yogyakarta. *Jurnal Quorroti : Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 91-114.
- Rahmi, D. T., & Nizam, A. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Konsumen Traveloka.Com Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 70–85.

- Ricky, W., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5 (1), 34-41.
- Rizky, D., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Honda Brio Satya terhadap Minat Beli Pelanggan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4 (4), 156-161.
- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 365-375.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Yogyakarta: Deepublish.
- Saleh, H. Y., & Said, S. M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Sandyasari, N., & Hapsari, R. D. (2020). The Influence of Promotion Mix, Trust, and Experiential Marketing towards Customer Loyalty of Online Transportation (A Study on the Customers of Grab and Gojek in Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Saragih, M. G., Saragih, L., Purba, J. W., & Panjaitan, P. D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar – Dasar Memulai Penelitian. In A. Karim (Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sarah, S., Rachman, A., & Febrianti, T. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle, Design, dan Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention (Studi pada



- UMKM Cibaduyut, Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 18 (3), 60-75.
- Sari, M. M., Ardian, N., & Erwansyah. (2021). Pengaruh Covid-19 terhadap Perekonomian Masyarakat di Desa Lantasan Lama Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Tools*, 13 (1), 64-70.
- Sembada, I. V., Bustam, & Hotimah, E. (2022). The Influence of Promotions and Testimonials on Purchase Intention of Lyfira Hijab Products is Mediated by trust. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 21-30.
- Setiani, W., Sidanti, H., & Sari, S. L. (2021). The Role of Consumer Attitudes in Mediating the Effect of Brand Image, Product Quality, and Promotion on Purchase Intention for Madiun Branch Pizza Hut Products. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)* 3.
- Setiawan, N. J., & Bernardus, D. (2018). The Influence of Promotional Mix Factors on Forte Purchase Decision. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 372-381.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: IMWI Student Research Journal*, 41-52.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 38-51.

- Statista.com. (2022, July). *Confectionery*. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/confectionery/indonesia>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi , Wiyani, W., & Nugraha, G. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4 (1).
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 146 - 154.
- Thakur, H. K. (2021). Research Design. In *Research Methodology in Social Sciences (A Short Manual)* (p. 175). New Delhi: New Delhi: Corvette. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/353430802\\_Research\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/353430802_Research_Design)

- Trenda, E. (2021, September 16). *Gum Flavor Preference in the United States in 2020, by Generation*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1181133/gum-flavor-preference-by-generation-us/>
- Tumbel, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 64-79.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* , 5 No.2 , 300 - 312.
- Worldwide Quality Assurance (APAC). (2016, September 27). *Sertifikasi ISO 9001 – Definisi, Konsep & Manfaatnya*. Retrieved from <https://wqa.co.id/apa-itu-sertifikasi-iso-9001-definisi-konsep-manfaatnya/>
- Yora, M. (2017). *Perencanaan Persediaan Barang Jadi dengan Mempertimbangkan Permintaan yang Diprediksi dengan Markov Chain (Studi Kasus: PT. Union Confectionery)*. Retrieved from <https://text-id.123dok.com/document/y4927g9z-perencanaan-persediaan-barang-jadi-dengan-mempertimbangkan-permintaan-yang-diprediksi-dengan-markov-chain-studi-kasus-pt-union-confectionery-3.html>
- Yosua Prawira. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3 (6), 71-76.

Yusra, I., & Rizki, W. W. (2021). The Influence of Product Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Promotion and Customer Trust in Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 85-113.

Zainuddin, & Cahya, N. (2019). Pengaruh Promo Penjualan dan Cashback terhadap Minat Beli Kendaraan pada PT. Hadji Kalla Palopo. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 2 (2), 1-19.

