

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Ignatius Venta Wijaya. 2015. Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Distro Koffin Store di Yogyakarta). Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Baack, K. E. (2014). *Intergrated Advertising, Promotion dan Marketing Communication*. London: Pearson Education.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Vol. 1: Jakarta: Kencana, 2006), h. 137.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti. 2003.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. LKIS, Yogyakarta
- Gerbono, Anton. 2005. *Aneka Anyaman Bambu*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social media marketing*. New York: McGraw Hill.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. United States of America : Pearson
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Marketing Management (Global Edition)*. Edisi 15e. England : Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Krippendorff, Klaus. 1993. *Analisis Isi - Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Lagiman. 1976. Industri Kerajinan Bambu. Jakarta: Proyek Penyuluhan dan Promosi Hasil Industri.
- Maunaza, Afianka. 2012. Pengaruh *brand image* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Maskapai Penerbangan Lion Air sebagai *Low Cost Carrier*), Jakarta : Universitas Indonesia.
- Neuman, W. L. (2003). *Social research methods: Qualitative and quantitative approach*, Boston: Allyn and Bacon.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2009. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Leon G dan Lazar Kanuk. 2004. *Customer Behaviour*, Jakarta : PT. Indeks.
- Soeroto, Soeri. 1983. Sejarah Keramik di Indonesia. Yogyakarta: Majalah Prima Agustus.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Tony Wijaya, 2013. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Umi Narimawati. 2008 . Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media
- Wibisaputra, Adiztya. 2011. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang). Semarang : Universitas Diponegoro.

Internet :

<https://www.merdeka.com/jabar/sejarah-topi-bambu-tangerang-disukai-orang-eropa-hingga-dipercantik-di-amerika.html>

Jurnal :

- Azizah, Nur Carolina Putri Shafira, Alfaizi Mochamad Rifqi. Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. 2020.
- Viliaus, Caroline dan Tobing, Rudolf L. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Beli Konsumen Pond's Yang Dimediasi Oleh *Brand Equity* (Studi Kasus: Konsumen Produk Pond's di Central Park Mall, Jakarta). 2017.
- Ayuningtyas, Dyah. Pengaruh IMC Kobrew Coffe Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pengaruh IMC Kobrew Coffe Terhadap Minat Beli Konsumen).2019.
- Lestari, Humannisa R. dan Dr. Achmad Fachrodji MM. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Multimedia PT. Balai Pustaka (Persero) Mediasi Sikap Konsumen. 2019.
- Probo, Yordan Wivan. *Integrated Marketing Communication (IMC)* dan Minat Beli Konsumen (Studi Kuantitatif Pengaruh *Integrated Marketing Communication (IMC)* Terhadap Minat Beli Konsumen SFA Steak dan Resto Surakarta).2020.