

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. Buchari. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. Suharsimi. (2020). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Cetakan ke delapan belas. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barnad. (2019). *Paperless Office Sebuah Kebutuhan Kantor Masa Depan Di Indonesia*. Jurnal Bisnis Terapan. Vol 03 No 01. hal. 73 -84.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dairina Laila. Vicky F Sanjaya. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada produk sepatu merek Converse)*. Jurnal Ekonomi Islam. Volume VII No.1 Januari - Juni 2022: 118 – 134.
- DataIndonesia.id. *Kinerja Industri Kertas Tumbuh 4.5% pada Kuartal II/2023*. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-kertas-tumbuh-45-pada-kuartal-ii2023> . Di akses pada 16 Desember 2023.
- Firmansyah. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Malang: CV Penerbit Qiara Media.
- Frontier. *Top Brand Award*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>. Di akses pada 20 September 2023.
- Ghozali. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayat. Chairul Nindya. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bhinneka.Com*. E-Proceeding of Management: Vol.8. No.4 Agustus 2021 | Page 3397 ISSN : 2355-9357.
- Kotler. Philip dan Armstrong. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke delapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Mahiri. Eli Achmad. (2020). *Pengaruh. Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa*

- (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen* (E-ISSN : 2615-4978. P-ISSN : 2086-4620) Vol XI No 3.
- Miati. Iis. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. *Jurnal Abiwara* Vol. 1. No. 2. Maret 2020. pp. 71-83.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Mulyana, Ridwan Nanda. (2022). Simak Strategi Astra Graphia (ASGR) Arungi Bisnis pada Tahun Ini. <https://stocksetup.kontan.co.id/news/simak-strategi-astra-graphia-asgr-arungi-bisnis-pada-tahun-ini>. Di akses pada 13 Februari 2024.
- Musa. Ichwan Muh. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar*. *Jurnal Economix* Volume 5 Nomor 1 Juni 2017.
- Nugraha. Suharyono & Andriani. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 22 No.1.
- PT Astra Graphia Tbk. (2023). *Pendapatan Laba Bersih Astragraphia*. <https://www.astragraphia.co.id/>. Di akses pada 18 September 2023.
- Silaen. S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media.
- Sterie Gloria Wua. Massie dkk. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol.7 No.4 Juli 2019. Hal. 3139 – 3148.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif. dan R&D*. Bandung: Alfabet.