

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Ariyanto, Fery Wongso, Hadion Wijoyo, Irjus Indrawan, Musnaini, Mada Faisal Akbar, Nia Anggraini, Suherman, S., & Wiara Sanchia Grafita Ryana Devi. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*.
- Asrizal Efendy Nasution, & Muhammad Taufik Lesmana. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*.
<https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Galih Ramaputra, M., & Asnusa, S. (n.d.). *EFEKTIVITAS IKLAN WARDAH MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM*.
- Ginny, P. L., Silaswara, D., & Parameswari, R. (2022). Effectiveness of Quality of Seminar Services and Corporate Image on Consumer Satisfaction of Seminar Services. *ECo-Fin*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.32877/ef.v4i1.455>
- Gusti, I., Agung Maharani, A., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG MINA CABANG DALUNG*. 3.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA J.CO DONUTS & COFFEE SEMARANG*.
- Miftach Rizqillah1, & Putu Hari Kurniawan2. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby Di Kota Batam. *JURNAL ILMIAH CORE IT*, 95–106.
- Moriansyah, L., Karet Hijau No, J., & Beji Timur Kec Beji, K. (n.d.). *PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES*.
- Murdiani, T., Asnusa, S., & Ramaputra, M. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Pilihan UMKM untuk Mendukung Upaya Digital Marketing. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 117–125.
- Mutiah, T., & Fauzi, I. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Makanan AYCE. *Jurnal Pariwisata*, 2(2). <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/pariwara>
- Njoto, D. P., Krismi, D., & Sienatra, B. (2018). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WENAK TOK*. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 5).
- Permana, J., Handari Adji, W., & Piksi Ganesha, P. (n.d.). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KHANZA BAROKAH MINIMARKET*. 5(2),

2021.

- Prayogi, B. S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (Studi Kasus di Toko Andra Sports Ambulu). *Jurnal Bisnis Net, IV*, 2621–3982.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Prof.H Iman ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Saputra, D. H., & Wahyuni, D. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. <https://www.researchgate.net/publication/348945347>
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An Sme Perspective Recommended Citation "Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An Sme Perspective."* <http://aisel.aisnet.org/pacis2012/169>
- Suci Fika Widyana, & Salsabilla Ramadhanti Batangriyan. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE DI PT. CENTRAL GLOBAL NETWORK. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 10*, 1–12.
- Suharlina. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan. 2*, 113–125.
- Suri Amilia, & M. Oloan Asmara Nst. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa* (Vol. 6, Issue 1). www.wikipedia.org
- Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). *ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BELANJA ONLINE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI INTERVENING* (Vol. 2, Issue 1).
- Zaman, V. F., Utami, R. T., Dewanti, R., & Syafrial, H. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA JAJANAN KAKI LIMA DI DAERAH TANGERANG MELALUI PESAN ANTAR ONLINE (GO FOOD, GRAB FOOD, SHOPEE FOOD, DAN TRAVELOKA FOOD)*.