

## Daftar Pustaka

- Jay M. Bernhardt. (2012). Social Marketing At The Right Place And Right Time With New Media, *Journal of Social Marketing*, Vol. 2 Iss: 2, pp.130 – 137
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2020). Pengguna Internet Indonesia Pada Kuartal II 2020. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Zuriana, Z. (2015). Peranan Biaya Advertising Dan Biaya Sales Promotion Dalam Meningkatkan nilai penjualan pada PT. Gunung Agung Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 1(02), 108-119.
- Wibasuri, A., Tamara , T., & Sukma, Y.A (2020, Oktober). Measurement Social Media Marketing dan Serifikasi Halal Terhadap Minat beli produk makanan pada aplikasi belanja online shopee. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 68-78)
- Idham, N. S., Aswin, A., & Sari, W. 2021, September). Studi Mengenai persepsi dan keputusan memilih perguruan tinggi mahasiswa tingkat pertama di IIB Darmajaya Selama pandemic Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 65-73)
- Saputra, D., Rafiq, M. (2015). Pengaruh brand endorser Jkt48 Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat pada Pt. Bintang Kharisma Jaya di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(02), 168-198
- Natalia, P, Mulyana, M. 2014. *Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 2 No 2, 2014 pp. 119-128 STIE Kesatuan.
- Togas, N. M. N, Sepang, J. L, Wens, R.S 2014. *Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, dan publisitas terhadap keputusan pembelian pada penerbit Andi Cabang Manado*, *Jurnal EMBA* Vol.2 No.4 Desember 2014, Hal 578-588.
- Widiningsih, S, Wahyuni, R. F. 2017. Pengaruh Promosi Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Astra Credit Companies (ACC). *E-Proceeding of Applied Science*: Vol.3, No.3 Desember 2017 Page 1123

- Sanjaya, Alexia. 2017. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Springbed Bigland Pada PT Cahaya Murni Indolampung. Skripsi IIB Darmajaya Bandar Lampung tidak dipublikasikan.
- Paramitasari, N., & Magdalena, B. (2021) Penerapan merek dan digital marketing dalam produksi pangan beras desa banjarsari. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(01), 42-51.
- Herianto, B. M., & Hidayat, R. 2020. Pengaruh Personal Selling Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Authentic Guards Technology Di Bandung Tahun 2020). *EProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Wijaya, S. H., & Suwitho, S. 2017. Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(1).
- Arifuddin, R. R., Kadir, A. R., & Kadir, N. 2019. Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt. Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassar. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 2(3), 92-108