

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, K. (2015). *Marketing and Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Amstrong, P. K. (2015). *Marketing: An Introduction Edisi 12*. USA: Pearson.
- Amstrong, P. K. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, P. K. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Antis Antiseptic. (2018). Retrieved from Enesis Group:
<https://enesis.com/id/product/antis/>
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dedi Purwana ES, R. d. (2017). Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani Vol. 1 No. 1 Juli 2017*.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar. *Jurnal e-Proceeding of Management Vol.4, No.1 April 2017*.

Djawoto, T. R. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 7*.

Ferdyanto Fure, J. L. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.CO Manado. *Jurnal EMBA*.

Fauziah, A. R. (2015). *Statistika Teori dan Praktek Edisi 3*. Yogyakarta: Lab Manajemen UMY.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.

Hutabarat, M. M. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.

Jovita, D. R. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan, Vol 01, No 01, Juni 2017*.

Keller, P. K. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. USA: Pearson.

Keller, P. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Essex: Pearson Education, Inc.

Lumbantobing, M. S. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis*.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Marpaung, P. d. (2020). Pengaruh Cita Rasa, Media Sosial Dan Layanan Antar Terhadap Keputusan Pembelian Bubuk Kopi Olahan Sahata Desa Binjai Baru Kabupaten Batu Bara. *ekonomiuna*.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neti, S. (2011). Social Media and It's Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1(2).
- Nst, S. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO.1*.
- Ni Putu Dian Tresmiana, N. W. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Harga Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV. MKM DARMASABA. *VALUES. Volume 1 nomer 3*.
- pemasaran lewat online lebih efektif. (2020, juli 14). Retrieved from Redaksi9.com: <https://www.redaksi9.com/read/2468/Pemasaran-lewat-online-lebih-efektif.html>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, N. (2018). Pengaruh model pembelajaran problem based learning terhadap kemampuan berpikir kritis siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas xi iis di SMAN 3 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(3), 236-241.
- Putu Ayu Yulia, P. d. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr) Di Kota Denpasar. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 3, No. 3:1311-1319*.
- Rahmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World. *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit IV*.

Rifans, I. (2021). EM217822.pdf. Retrieved from journal.uajy.ac.id: <https://e-journal.uajy.ac.id/20854/3/EM217822.pdf>

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media.

Soliha, E. T. (2015). *Manajemen Pemasaran Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran*. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *In Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto, M. R. (2019). Pengaruh Media Sosial Sebagai Media Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Kepuasan Pembelian Indihome Di Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1*.
- Tantri, T. A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT. Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Jakarta: PT Indeks.
- Wiwin, K. Y. (2018). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tukangroti.com*. Retrieved from Akrab Juara: <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/issue/view/24>
- Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal of Economic and Economic Education Vol.2 No.2*.
- Yuniarti, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*.
- Zuhroh, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of muth terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kedai bontacos, jombang). *Jurnal Komunikasi, Vol. X No. 02, September 2016*.