

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., & Pratama, N. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*.
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Edhie, Y., Putra, W. P., Rundu, A., & Imelda, M. (2024). *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace* (Issue August).
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S., Adi Permadi, L., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, & Hipotesis* (Issue July).
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Transformasi Data Ordinal Ke Data Interval* (Issue July).
- Ibrahim, H., Zahara, A. E., Ardyan, E., Tahir, R., & Terimajaya, I. W. (n.d.). *PENGANTAR MANAJEMEN : Konsep dan Aplikasi*.
- Manap, A., Sani, I., Acai, S., Henny, N., Rambe, Muhammad, T., Rina, R., Yudi, A., Abdurrohman, Suhroji, A., Fitriani, F., Shanti, P., Edi, M., & Euis, W. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Saliin, E. (2023). Social Media Marketing. In *Social Media Analyticsin Predicting Consumer Behavior* (Issue June). <https://doi.org/10.1201/9781003200154-2>
- Sutrisna, E., Wahyu, D., & Lazuardi, B. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN*.

- Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). Buku Dasar Metodologi Penelitian: Teori Desain dan Analisis Data. In *Takaza Innovatix Labs* (Issue January).
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen pemasaran* (Issue April).
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (M. P. Dr. Fitri Rezeki, S.Pd. (ed.)).
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.

JURNAL

- Anggraini, A. B. (2022). Pengaruh Harga , Physical Evidence , Dan Lokasi Terhadap Keputusan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1).
- Anisa, C. A. (2021). Tingkat Manajemen Dan Manajer Beserta Fungsi-Fungsi Manajemen. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 150–164. <https://doi.org/10.32478/leadership.v2i2.712>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Dosi, M. U., Fourqoniah, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Borneo Di Kota Samarinda. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 131–144. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1863>
- Erdiansyah, E., Irfan, M. A., & Robyardi, E. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Din's Nusantara di Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing Kabupaten OKI. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 675–688. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i4.14589>
- Ferdian, I., & Ali, D. S. F. (2021). Pengaruh promosi melalui media sosial instagram soka indonesia terhadap keputusan pembelian pada produk kaos kaki halal. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 11. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16647/16354>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen pada toko donat madu lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu ...*, 3, 593–604. <https://www.valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/208%0Ahttps://www.valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/>

[208/152](#)

- Heryana, A. (2020). Hipotesis Penelitian. *Eureka Pendidikan*, June, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Irawan, A., Putri, L. T., & Henrizal, H. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Florist Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(3), 284–289. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i3.140>
- Jannatul Aulia, & Bashori. (2024). Penyusunan_Kerangka_Berpikir_Dalam_Penelitian. *Univeristas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*, 1–5.
- Mariana Puspa Dewi. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26–36.
- Nugroho, W. O. C., & Wiyadi. (2024). Pengaruh media sosial, kualitas produk, desain, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk olahan rotan. 1–17. <https://doi.org/10.30606/v6.n3.2024.1>
- Pelayanan, P. K., Lokasi, P. D. A. N., & Arnold, H. M. (2024). TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL INDONESIA KEMPINSKI JAKARTA. 6(1), 354–367.
- Putra, E. (2020). PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.298>
- Putri Mirnasari, Librina Tria Putri, dan, & Diantara, L. (2023). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IVO FASHION Kata Kunci : Display , Promosi Media Sosial Dan Lokasi Keputusan Pembelian ABSTRACT : The purpose of this study was to determine the effect of either partially or simultaneously the variable Display , Social M. 3(1), 14–23.
- Sakti, B. R. P., & Iqbal. (2024). PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIM BUDI BAKTI) JIMAPAS: *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran*. 2(1), 1–10.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>
- Sulistiono, A., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mie Baso Elvira Veteran Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (JISMA)*, 1(3), 363–368.

- Tri, B., Sudarko, A., & Tampubolon, L. H. (2024). *PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE LAZADA PADA PENGGUNA SOSIAL MEDIA DI WILAYAH DKI JAKARTA*. 16(1), 53–66.
- Zahra Nabillah, A., Ivan Taruna, H., Raya No, K., Senen, kecamatan, & Pusat, J. (2023). Pengaruh Promosi media sosial, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–72. <http://103.75.24.116/index.php/jab/article/view/2732>
- Zakia, L. (n.d.). *PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET PT. INDOMARCO PRISMATAMA CABANG BOGOR*. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 3(1), 2025.
- Ariska, N. M. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Hijab Fitri Kediri*. <http://repository.unik-kediri.ac.id/243/%0Ahttp://repository.unik-kediri.ac.id/243/1/HalamanAwal.pdf>

