

DAFTAR PUSTAKA

- Adhini, A. Z., Hanum, F., Fahmi, T., & Syahputra, T. (2024). Analisis Strategi Promosi Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(2), 50–54. <https://doi.org/10.46576/Jbc.V8i2.4221>
- Aisya, S., Eliza, S., Fatma, F., & Zainuddin, Moh. A. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 57–74. <https://doi.org/10.24239/Jiebi.V2i2.32.57-74>
- Aji, W. N. (2022). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/metafora/article/view/7824>
- Al'asqolaini, M. Z., & Rohmah, A. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Helm Ink Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Stien Trate Gresik.
- Amelia, D., R. K., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/download/126/113>
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2022). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. 1.
- Arianto, B., & Rani. (2024). Pemasaran Media Sosial. https://www.researchgate.net/publication/387399205_Pemasaran_Media_Sosial
- Asri, S. K., & Julisman, I. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Philips Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Yogya Garnd Majalengka. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 282–287. <https://doi.org/10.36418/Jii.V1i3.40>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–15. <https://doi.org/10.54367/Jmb.V21i1.1182>
- Febrian, W. D. (2024). Manajemen Teori Dan Konsep Dasar. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/568437-Manajemen-Teori-Dan-Konsep-Dasar-Bda7f045.Pdf>

- Gitosudarmo, I. (2020). *Manajemen Operasi*. Bpfe.
- Haryanto, E. (2021). *Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*.
- Hendrayani, E., Reswari, R. A., Suwastika, I. W. K., & Castriyanti. (2024). *Manajemen 5.0*. Media Penerbit Indonesia.
https://www.researchgate.net/publication/381756521_Isbn_K_178_-_Manajemen_Pemasaran_50
- Immanuel Zai & Mashita Ayuni. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pt. Destini Marine Safety. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 97–107. <https://doi.org/10.59024/Faedah.V3i1.1247>
- Innuddin, M., Rachman, D. F., Fathoni, A., & Hadi, S. (2023). Sosialisasi Internet Sehat, Cerdas, Kreatif Dan Produktif Pada Masyarakat Kalijaga Baru. 1(3).
- Ispriyanti, D., & Safitri, D. (2020). Analisis Regresi Linier Piecewise Dua Segmen.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2021). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. 21(1).
- Joesyiana, K. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. 4(1).
<https://journal.uir.ac.id/index.php/Valuta/Article/Download/2534/1444>
- Korbaffo, Y. A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Relationship Marketing Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cream Fair Dan Lovely. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 34–40.
<https://doi.org/10.32938/Jie.V2i1.548>
- Kornita, S. E., Anita, A. S., & Isbah, U. (2024). *Ekonomi Manajerial*. Cv Hei
<https://repository.ubharajaya.ac.id/31893/1/Ekonomi%20manajerial%5b1%5d%20sept%202024.pdf>
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/download/20282/19889/41128>
- Kumayas, F., Kumenaung, A. G., Siwu, H. F. D., & Ratulangi, U. S. (2024). Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten Minahasa. 24.

- Kurama, L. J., Pangkey, M. S., & Mambo, R. (2022). Manajemen Aset Daerah Atas Tanah Milik Pemerintah Oleh Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara.
- Kusumaningtyas, F. (2020). Pengaruh Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan. 13(2). <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/84044-Id-Pengaruh-Pesan-Iklan-Di-Televisi-Terhada.Pdf>
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, Dan Layanan Purna Jual Di Trading Company Pta (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 2(2).
- Laksana, M. F. (2020). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Cv Al Fath Zumar.
- Lyna, L., & Ditirolebiet, H. (2021). Peranan Media Sosial Instagram, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Masker.Solopunya. Business Innovation And Entrepreneurship Journal, 3(02), 84–89. <https://doi.org/10.35899/Biej.V3i02.206>
- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Pada Konsumen Warung Kopi Nilang.
- Mendo, A. Y. (2022). Pengantar Manajemen Dan Bisnis. Hamjah Diha.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul.
- Mubarokah, A. I., Iskandar, Y., & Lestari, M. N. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Diamond Victory Merch Store). <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/download/4545/7632>
- Muhammad, N. F., Mahmud, M., Hafid, R., Hato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Indomaret.
- Nasution, M. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan.
- Nia, L., & Loisa, R. (2021). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi Di Kalangan Ibu Rumah Tangga). Prologia, 3(2), 489. <https://doi.org/10.24912/Pr.V3i2.6393>

- Nurimani, G. (2022). Strategi Promosi Di Media Sosial Dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58. <https://doi.org/10.29313/Jrmk.V2i1.1007>
- Oktaviady, O. T., Istiatin, I., & Kustiyah, E. (2021). Keputusan Menginap Ditinjau Dari Kompetensi Pemasar, Fasilitas Dan Brand Image (Studi Pada Hotel Ramada Suites By Wyndham Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02). <https://doi.org/10.29040/Jie.V5i2.2851>
- Oktaviady, O. T., Istiatin, I., & Kustiyah, E. (2021). Keputusan Menginap Ditinjau Dari Kompetensi Pemasar, Fasilitas Dan Brand Image (Studi Pada Hotel Ramada Suites By Wyndham Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02). <https://doi.org/10.29040/Jie.V5i2.2851>
- Pamungkas, B. A. (2023). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.21107/Ilkom.V10i2.2518>
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan.
- Prikurnia, A. K. (2024). Strategi Bisnis Ritel Dalam Mempertahankan Persaingan Yang Kompetitif Kepada Pemilik Toko Ritel. *Journal Of Economic And Business Retail*, 4(2), 26. <https://doi.org/10.69769/Jebr.V4i2.202>
- Purnama, D. (2022). Studi Kelayakan Bisnis. Grafindo Persada.
- Putra, E. S. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Carocok Painan.
- Putri & Yuliana. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Parkside Nuansa Maninjau Resort. *Nawasena : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(2), 70–82. <https://doi.org/10.56910/Nawasena.V2i2.857>
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Loket.Com. 9(2).
- Riyanto, A., & Supriyadi, A. (2022). Pengaruh Harga Fasilitas Dan Keputusan Menginap Terhadap Kepuasan Tamu Di Mu. *Open Jurnal System*. <https://binapatria.id/index.php/mbi/article/download/831/657>
- Rohman, A. (2023). Dasar-Dasar Manajemen. Inteligencia Media.
- Rozi, I. A. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. 10.

- Sachlan, T. W., Tumanung, M., & Riung, C. M. (2023). Analysis Of The Application Of The Marketing Mix Restaurant Products In The Area Boulevard Ii Tuminting Street Manado City.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. 11(1).
- Sanjaya, N. M. H., Citrawati, L. P., & Swandewi, N. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Di Malaika Wedding Planner.
<https://Ejournal.Warunayama.Org/Index.Php/Panorama/Article/View/5689/5259>
- Setiawati, R. (2022). Peranan Social Media Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.
- Siregar, H. D., Wassalwa, M., Janani, K., & Harahap, I. S. (2024). Analisis Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Statistik Parametrik.
- Siswati, E., Iradawaty, S., & Imamah, N. (2021). Customer Relationship Managemet Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. Eureka Media Aksara.
- Sonata, S. L. P., & Astuti, B. (2023). Pengaruh Interaksi Media Sosial Terhadap Niat Beli Dan Keterlibatan Perilaku: Faktor Sumber Dan Konten Sebagai Peran Mediasi. 02(01).
<https://Journal.Uii.Ac.Id/Selma/Article/View/27848/14989>
- Sudariana, N. (2023). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- Supriyati. (2020). Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi. Labkat.
- Surjono, W., Eddy, J., & Popo, S. (2023). Strategi Untuk Meraih Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. Jurnal Ilmiah Kohesi.
- Taan, H., Radji, D., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image.
<https://Repository.Ung.Ac.Id/Get/Karyailmiah/8803/Social-Media-Marketing-Untuk-Meningkatkan-Brand-Image.Pdf>
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari.

Tuten, & Solomon. (2023). Sosial Media Marketing. Sage Publications.

Tuten, T. L. (2020). Social Media Marketing.

Umar, H. (2022). Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran. Pt. Gramedia Pustaka Utama.

Zenada, D. M. (2021). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce.

