

DAFTAR PUSTAKA

- “21 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli (Lengkap).” 2018. *Seputar Pengetahuan*. [https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.html#:~:text=12.-,Michael Cross \(2013\),isi pesan yang berbasis web](https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.html#:~:text=12.-,Michael Cross (2013),isi pesan yang berbasis web).
- Arifin, Afdahal Anan. 2018. 7 “PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA PADA PT. SURACOJAYA ABADIMOTOR CAB. ANTANG.”
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. 2021. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie).” *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12(1): 65–71.
- Fajrima, Nur Syamsan. 2018. 7 “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-COMPLAINT (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya).”
- Firmansyah, M Anang. 2020. *KOMUNIKASI PEMASARAN*. www.google.com.
- Gain, Robert, Christian Herdinata, Dan Krismi, and Budi Sienatra. 2017. 2 *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN VODKASODA SHIRT.**
- Kevin, David, and Yudi Carsana. 2020. “Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang.” *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang, Vol.3, No.1, 2020: 1-13* 3(1): 1–13.
- Mamonto, FW et al. 2021. “ANALYSIS OF MARKETING MIXED FACTORS (4P) ON PURCHASE DECISIONS AT PODOMORO POIGAR EATING HOUSE IN NEW NORMAL ERA.” 9(2): 110–21.
- Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. 2021. “PENGARUH MEDIA PROMOSI TIK TOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

KONSUMEN.” : 101.

Nangoy Selvie, Mandey L Silvy, Kawet Lotje. 2017. “Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Store Manado Town Square).”

Nurchayyo, Bagus, and Riskayanto. 2018. “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3(1): 14.

Oscar, Bheben, and Hilman Cahya Megantara. 2020. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army.” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10(1): 5.

Pradana, Dedhy, Syarifah Hidayah, and Rahmawati Rahmawati. 2017. “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek BRAND IMAGE Terhadap Keputusan Pembelian Motor.” *Kinerja* 14(1): 16.

Prasanti, Erika. 2021. *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal).*

Purba, Indah. 2019. “Pengaruh Harga , Keragaman Produk Keputusan Pembelian Pada Metro Pasar.”

Rahmawan, Ginanajar, and Rizki Hidayat. 2020. “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia.” *JURNAL MANAJEMEN* 12(2): 227–32.

<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>.

Robaniyah, Latifah et al. 2021. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo.” *Journal IMAGE* | 10(1): 53–62.

Sani, Dinda Fauziyah. 2021. “Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-

Commerceshoppee Di Kota Padangsidimpuan.”

Saputra, Ervan Angga. 2021. “Pengaruh Presepsi Harga, Keberagaman Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Indrako Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.”

Saputra Ervan Angga. 2021. “PENGARUH PRESEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOSERBA INDRAKO TALUK KUANTAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI.”

Semarang, Manab, Sri Hartono, and Burhanudin Ahmad Yani. 2019. “Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3(02): 533–40.

Senggetang, V, S L Mandey, S Moniharapon, and Pengaruh Lokasi.... 2019. “PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO THE INFLUENCE OF LOCATION, PROMOTION AND PRICE PERCEPTION TO CONSUMER PURCHASE ON KAWANUA EMERALD CITY MANADO HOUSING.” *Jurnal EMBA* 7(1): 881–90.

Setiawan, Djodi, and Nia Candra Kurniasih. 2020. “Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama.” *Akurat* 11(April): 55–64.

Setiawati. 2021. “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1(8): 1581–90.

Silvia, Lili. 2021. “PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP PADA APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISMUH MAKASSAR).”

Tampubolon, very torganda, and Bulan Prabawani. 2017. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Terhadap Penggunaan Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang (Survey Pada Pengguna Aplikasi Pertamina Go Di Kota

Semarang).” (3): 473–82.

Tousalwa, Carla, and Victor R Pattipeilohy. 2017. “Variabel Penentu Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap MP Di Kota Ambon.” *Jurnal Nusamba* 2(1): 21–28.

Wora Jon Carlos. 2017. *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN INTERNET INDOSAT OOREDOO*.

Yuniarti, Nevita et al. 2020. *Pengaruh Promosi Online Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Di Masa Pandemi Covid-19*.

