

## REFERENSI

- A, J. N. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UMKM L'AGCJ DI SUKAMULYA KUTAWARINGIN KAB. BANDUNG.
- Agesti, R. D. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, PERSEPSI HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TENERA BAKERY.
- Anomsari, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Persepsi Harga, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Bittersweet By Najla . *Jurnal ekonomi dan keuangan*.
- Aprilyanti, R. (2020). Pengaruh Medsos Instagram, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Online Alat Musik .
- Cahyani, P. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening .
- Deskan, R. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUSAHAAN DIGITAL MANAA STUDIO .
- DEWI, N. M. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENGINAP DI HOTEL THE SEMINYAK PADA ERA NEW NORMAL. Diambil kembali dari <http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3354>
- Faleriano, E. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN WEBSITE, PERSEPSI HARGA DAN KONTEN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TRAVELOKA.
- Feny, Q. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN MINIMARKET. Diambil kembali dari <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/11189>
- Ferdy, A. (2021). engaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Elektronik (e service quality) dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Celana Panjang Denim Online Shop Melalui E Commerce Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.
- Gurnita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. Diambil kembali dari <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/8041>

- Herman, H. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram.
- Hermansyah, S. (2023). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Koja Jakarta. doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2558>
- Jeffry Alvian Sanjaya, I. L. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRABFOOD DI ERA PANDEMI COVID-19. doi:<https://doi.org/10.33024/jurnal%20jejama.v3i2.12473>
- KARTIKA, A. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada LadyFame Store Bandar Lampung).
- Lubis, I. B. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, MEDIA IKLAN INSTAGRAM, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VANS.
- Mahardika, Y. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA. doi: <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.594>
- medriani, O. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Untag Surabaya .
- Muhammad Richo Rianto, N. W. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi.
- NAINGGOLAN, F. S. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA IRIAN SUPERMARKET SUKARAMAI. Diambil kembali dari <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6752>
- Ningrum, D. T. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Selat Vien's Solo).
- NUGROHO, B. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi kasus pada Toko Online Heymale.id) .
- Pitino, Y. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Belikopi di Merr Pandugo Surabaya.
- Putri, D. (2023). PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI BURGER KING DI JATIASIH.

- RAJAGUKGUK, S. A. (2023). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SCARLETT DI KOTA MEDAN. Diambil kembali dari <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8699>
- Ramadhan, A. F. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. doi: <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2618>
- Rosida, R. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- SAPUTRA, A. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, MARKETPLACE, DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI.
- Satiti, S. W. (2023). Pengaruh Review Produk, Konten Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Pada Tiktok Shop . *Journal of Social Science*.
- Septyani, P. (2023). PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG BABI GULING PANDE EGI DI GIANYAR. (Vol 9 No 2 (2023): Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium ). doi: [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v9i2.1155](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v9i2.1155)
- Setiawan, P. A. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PADA GOLDENSHOES DENPASAR.
- Sharfina, N. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Trisyana, E. E. (2023). Pengaruh Promosi Melalui Instagram, Citra Merek, Food Quality dan Persepsi Harga kepada Keputusan Pembelian Sate Taichan Nyot-Nyot Surabaya. doi:<https://doi.org/10.37715/jp.v8i4.3045>