

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, A. &. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. . *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 42-47.
- Adina, N. &. (2021). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Kasus Pada Masyarakat Dusun Keboan Anom 2 Gedangan Sidoarjo). . *Journal of Sustainability Bussines Research (JSBR)*, 324-334.
- Agustina, D. &. (2021). Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Oriflame Pada Pt. Orindo Alam Ayu Cabang Pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19-33.
- Aini, N. N. (2018). Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(1).
- Amanda, L., & dkk. (2019). Uji Validitas dan Realibilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika*, 8(1), 183.
- Aminah, S., & Ramadhani, M. M. (2021). Pengaruh Konten Media Brosur Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Di Kreditplus Cabang Banjarmasin. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 1(3), 191-210
- Ansory, A., & Indrasari, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Budi Prasetyo, Yunita Rismawati. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol.2 No 2. Vol.3 No.1
- Dewi, M. K. (2020). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Batik Lokal Melalui Teknologi Informasi. *Jurnal Kalibrasi*, 58-65.
- Ferdinand, A. T. (2014). Metode penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi. Universitas Diponegoro.

- Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Mataram: Pustaka Ilmu.
- Hariyanto, H. T. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, A234-A239.
- Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Samudra Bahari Utama. *Agora*, 3.
- Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Samudra Bahari Utama. *Agora*, 3.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Kerap, V. T. (2022). Pengaruh Advertising, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Tulap Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 317-326.
- Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala: Jurnal Humaniora*, 59-66.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176-180.
- Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *PARAMETER*, 181-192.
- Mohamad, M. (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero di Kota Makassar* (Doctoral dissertation).

- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.
- Nugraha, R. N. (2019). Pengaruh Rich Media Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Paket Bulan Madu Bali Kerobokan-Seminyak-Petitenget Di Bulanmadu.com. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*.
- Noor, Z. Z. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Deepublish.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryati, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan – Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan.
- Susriyanti, S. &. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademis*, 81-89.
- Tobing, R. P., & Bismala, L. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 1(2).
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal studi manajemen dan bisnis*, 3(1), 13-30.
- Walukow, A. L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder

Minahasa. . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

Widyana, S. F., & Putri, A. Y. (2020). Pengaruh Pesan Brosur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Grand Setiabudi Hotel & Apartment. *Pro Mark*, 10(1).

