

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, K. A. & Prion, S.. (2013). Reliability : measuring internal consistency using cronbach's α , *Clinical Simulation in Nursing*, 9, hlm. 179-180.
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*, 8(3), 496-507.
- Alwi, F., Sumantika, A., Basri, A., & Kasnowo. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Knalpot Home Industry. *Journal of Management and Social Sciences*, 2, 13.
- Arikunto, S., 2007, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* hal 134, Rineka Apta, Jakarta.
- Arrosyid, M. I. (2013). Analisis Pengaruh Promosi Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Aplikasi Belanja Online di Lazada (*Studi kasus di Surakarta*). 1–16.
- APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta orang. apjii.or.id. diambil dari <https://apjii.or.id/>
- Belch, A. M., & Belch, E. G. (2001). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Boston: Mcgraw Hill
- Belch, M. A., & Belch, G. E. (2003). *Advertising And Promotion-Irwin Professional Publishing*. New York: Mcgraw Hill.
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Effendy. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Ghozali, I. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Guntara, S. P. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi di Pekanbaru. 90.
- Kotler & Gary Armstrong. (2016) Jilid 1, Edisi 9. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta:

Erlangga. p125.

Kotler dan Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo Indonesia.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesebelas. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *ANALYSIS OF MARKETING MIXED FACTORS (4P) ON PURCHASE DECISIONS AT PODOMORO POIGAR EATING HOUSE IN NEW NORMAL ERA*. 9(2), 110–121.

Macelina, T. (2023). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian. 82.

Monica, A., & Bahrun, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bay Tat Chanaya di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 174-182.

Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus PT. Nusantara Berlian Motor Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(3), 158-166.

Ningrum, M. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian*. 2, 1–13.

Poluan, J., Lumintang, G., & Untu, V. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3), 671–681.

Pratidana, D. (2017). Hak cipta dan penggunaan kembali: Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah , memperbaiki , dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial , selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat ya. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. <https://doi.org/10.1136/ip.2010.029629>

Quraisy, A. (2020). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov Dan Saphiro-Wilk. *J-Hest: Journal Of Health, Education, Economics, Science, And Technology Volume 3 Nomor 1*.

Sami, A., & Amri, A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 410

- Siregar, S. (2017) Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Ulyati W C. (2023). Pengaruh Online Costumer Review, Online Costumer Rating dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI*.