

DAFTAR PUSTAKA

- aditya, W. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art Of Branding, January*, 111–114.
- Anatasya, A., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Hotel Maven Fatmawati Jakarta. *Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan, 1(3)*, 51–70.
- Ayoubi, S. B. A. (2023). *The Influence Of Social Media Marketing On Consumer Purchasing Decisions.* 26, 893–904.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11626455>
- Badrillah, M. I. M., Shuib, A., & Nasir, S. (2023). How Airline Service Quality (Airqual) Affects Customer Decision Making In Airline Choices—A Conceptual Paper. *Lecture Notes In Networks And Systems, 487(December)*, 201–215. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08084-5_15
- Chafizah Et Al. (2022). Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Keputusan Menginap Melalui Kepercayaan Pada Hotel Four Points By Sheraton Medan Pada Masa Pandemi. *Creative Agung, 12*, 146–155.
- Chowdhury, A. H. (2022). *The Impact Of Social Media On Consumer Purchase Decision : Mediating Role Of Brand Attitude , Customers Engagement , And Brand Equity The Impact Of Social Media On Consumer Purchase Decision : Mediating Role Of Brand Attitude , Customers Engagement , And.* October.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Vol 2 Nomor 2 Februari 2021 28 Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal Emas, 2(2)*, 28–42. www.validnews.id,
- Dharma, U. B. (2024). *Pengaruh Review Customer , Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Membeli Tiket Pada Aplikasi Traveloka Di Provinsi Banten.* 4(1).
- Dr. Sutisna, Se., M. & P. Dr. M. S. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar.Pdf.*
- Ernando Et Al. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Melalui Traveloka. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 2(3)*, 346–354.

- <https://doi.org/10.55606/Jaem.V2i3.370>
- Erwin, E. Dkk. (2023). Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0 - Google Books. In *Pt Sonpedia Publishing Indonesia*.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Ferdinand.Pdf*.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/Pr.V4i2.6997>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares (Smartpls 3.2.9)* (P. 305).
- Hair Et Al. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook Of Market Research* (Issue July). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hardani Et Al. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Cv. Pustaka Ilmu* (Vol. 5, Issue 1).
- Huda, I. U. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-Kalam*, 10(1), 75–90.
- Irmal. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tour & Travel Pt Hade Karunia Wisata Di Tangerang Selatan. *Marketica: Jurnal Ilmiah Pemasaran*, 1, 16–22.
- Jenifer Mamangkey, T., Supandi Soegoto, A., & Ch, R. (2022). The Influence Of Viral Marketing And Service Quality On Visitor Decisions At Rumah Alam Manado Adventure Park Tour. *Jurnal Emba*, 11(3), 1379–1387.
- Junaedi, D., Redjeki, F., & Priadi, M. D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pada Koperasi Mitra Dhuafa Cabang Mande-Cianjur. *Indonesian Journal Of Economic And Business*, 1(2), 106–120. <https://doi.org/10.58818/Ijeb.V1i2.31>
- Khnouf, V., Nasri, S., Karnit, L., & Shamandour, M. (2023). The Effect Of Brand Image On Customer Purchase Decision. *Article In Journal Of Service Innovation And Sustainable Development*, 4(1), 59–71. <https://doi.org/10.33168/Sisd.2023.0106>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles Of*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kelller, L. K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. In

Pearson.

- Krisdanu, C. A., & Kiranastari Asoka Sumantri. (2023). Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital Di Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 24–36. <https://doi.org/10.51544/Ilmk.V7i2.4173>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i3.398>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2023). *Service Marketing.Pdf*.
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus Di Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 524–537.
- Monia, N. N. & Natasha E. P. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pendahuluan*. 8, 741–773.
- Nurjamad, M. A., & Arumsari, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Bandung Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Cabang Paskal. *Indonesian Journal Of Economic And Business*, 1(2), 68–80. <https://doi.org/10.58818/Ijeb.V1i2.32>
- Qolbi, N., & Hermansyah, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Sanford Di Sinar Mart Batam. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 50–57.
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual “ Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/Dialektika.V4i1.285>
- Slamet, R., & Aglis, A. H. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen. In *Deepublish* (P. 373).
- Solomon, M. (2020). Consumer Behavior Buying, Having, And Being. In *Pearson*

(Issue April).

- Sugiyono. (2022). *Metode Kuantitatif Sugiyono 2022.Pdf* (P. 527).
- Sumatri, S., & Pribowo, M. G. N. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Wisata Kampoeng Durian Bengkulu Tengah). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (Jems)*, 4(2), 681–694. <https://doi.org/10.36085/Jems.V4i2.5560>
- Suratnoaji, C., Nurhadi, & Candrasari, Y. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. 1–83. [http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/Method Analisis Media Sosial.Pdf](http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/Method%20Analisis%20Media%20Sosial.pdf)
- Triatmojo Et Al. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Social Media Marketing Melalui Brand Image Terhadap Keputusan Generasi Z Untuk Membeli Paket Menginap Di Atria Hotel Gading Serpong. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 2–8. <https://doi.org/10.32815/Jiram.V1i2.21>
- Wachjuni, W., E. Najmuddin, E. N., & Sudarto, S. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Pada Pengguna Marketplace Bukalapak. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.55904/Cocreation.V3i1.1216>
- Wahyuni Et Al. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Pada Konsumen Tiket.Com. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1), 16–30. <https://doi.org/10.54131/Jbma.V11i1.186>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Abc Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- Yang, Y. (2024). The Impact Of Social Media On Consumer Purchasing Decisions. *Transactions On Economics, Business And Management Research*, 8, 179–187. <https://doi.org/10.62051/Bk13z779>