

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Kotler, P. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Pearson Prentice Halllac.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Principles of Marketing (M. O. Opresnik (ed.); 18e ed.)*. ESPN The Magazine.
- Andika, G. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anaqi. Coffee Subang Pada Saat Pandemi Covid-19. *EProceedings of Management*, 8(5).
- Arafah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk (Bincar Nasution, Ed.)*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asmani. (2011). *Tuntunan Lengkap Metodologi Praktis Penelitian Pendidikan*. Diva Press.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Aziz, F., & Sinaga, E. A. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR SEHUN TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK WHITELAB. *eProceedings of Management*.
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324.
- Curtis, E. A., Comiskey, C., & Dempsey, O. (2016). Importance and use of correlational research. *Nurse Researcher*, 23(6), 20–25.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. UNDIP.
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Kotler, P. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Edition New Jersey)*. Pearson Prentice Halllac.
- Kartawinata, B. R., & Haditia, F. D. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN HOY JAKARTA (STUDI KONSUMEN HOY JAKARTA). *eProceedings of Management*
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).

- Nasution, A., Putri, L., & Lesmana, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1*(1), 194–199.
- Santoso, Z. N. (2016). *Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Le Fluffy Dessert*. Universitas Ciputra.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Suryadi, E. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan. Kuantitatif)*. Remaja Rosdakarya.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Kencana.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling*. Refika Aditama.
- Andika, G., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anaqi Coffee Subang Pada Saat Pandemi Covid-19. *eProceedings of Management, 8*(5).
- Yasmin, D., & Pratomo, T. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., *10*(2), 1152-1161.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, *7*(1), 17-32.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, *7*(1), 17-32.
- Putra, E. I., & Artadita, S. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA FLANNEL DI TOKO HAPPINESS_FLANNEL GEDEBAGE BANDUNG. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, *9*(2), 75-84.
- Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The effect of promotion and price on purchase decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *4*(2), 272-279
- Razali, G., Nikmah, M., Sutaguna, I. N. T., Putri, P. A. N., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Viral Marketing And Social Media Marketing On Instagram Adds Purchase Decisions. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, *3*(2), 75-86.

- Praditya, R. A., & Purwanto, A. (2024). The Role of Viral Marketing, Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 11-15.
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K. (2021). The effect of digital marketing on purchasing decisions: A case study in Jordan. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455-463.
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic products. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 11(2), 67-73.