

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldiva. (2019). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Converse Pada Siswa/i SMA Yayasan Pendidikan Harpan 1 Medan*
- Amilia. (2017). PENGARUH MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 11–15.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.11-15>
- Ferdinand (2018). *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta : Andi
- Fichman (2019). Promosi Melalui Sosial Media , Brand Awareness , Purchase. *Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Gunawan. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Marketing online. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2),
- Handoko. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Marketing online. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2),
- Maria. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Marketing online Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Pada Pt. Astra Internasional Daihatsu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 493–501. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7192>
- Markikanto. (2018). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Mulyadi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Marketing online Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/*

*Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51.  
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>

Moniharopan. (2018). Pemasaran dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKm. *Jurnal Ekonologi*, 2(1), 105–109.

Nurchahyo (2019), *Strategi Pemasaran Edisi Revisi 2019*. Yogyakarta : Rineka Putra

Oktavenia. (2018). Jurnal Khasanah Ilmu - Volume 6 No 2 - 2018 - [lppm3.bsi.ac.id/jurnal](http://lppm3.bsi.ac.id/jurnal). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 6(2), 78–85.

Razak. (2019). Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Gramedia Asri Media Cabang Cinere Mall Depok. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 280–307. <https://doi.org/10.36406/jemi.v28i02.256>

Roger. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu pada Wisma Graha Az-Zahra Pekanbaru. *Jurnal Al-Hikmah*, 14(2), 222–241.

Rusby (2019). *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta : Andi

Stephen. (2020). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*.

Susepti. (2017). *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 280–307.  
<https://doi.org/10.36406/jemi.v28i02.256>

Tomatzky. (2017). Jurnal Ekonomi MODERNISASI IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Totok Subianto. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3, 165–182.

- Wardhani. (2018). *Pengaruh Respon Konsumen dan Persepsi Konsumen terhadap kepuasan konsumen pada grand permata hotel. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.27-34>
- Wianti. (2019). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Wibisono. (2018). Teknologi Dan Loyalitas Tamu Hotel ( Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(5), 27–36.