

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, D. B., Nurdiana, F., & Fauzi, N. F. (2024). The Influence of Price , Product Quality and Service on the Decision to Purchase Broiler Chicken at the Ajung Market , Jember Regency. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, 7(1), 9–17. <https://doi.org/10.33258/birci.v7i1.7825>
- Aguspriyani, Y., Polindi, M., Diesy Fitriani, P., Taufik Darmansyah, T., & Mehta Setiadi, R. (2023). Pengaruh Strategi *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 35–48. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/14937>
- Amelia, R. R., Rachmawati, F. D., Fawaid, N., Tri, R. A., & Qomariah, N. (2024). THE ROLE OF PERSONAL BRANDING IN MEDIATING THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON DECISIONS TO Proceeding 2 nd Medan International Economics and Business. *Proceeding 2 Nd Medan International Economics and Business*, 2(1), 2000–2009.
- Ananda, Putra dan Zulvia, 2017. (2017). Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 4–14.
- Andrenata, A., & Qomariah, N. (2022). PENGARUH MARKETING MIX 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SANGKAR MAS DESA DAWUHAN MANGLI SUKOWONO JEMBER. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(1), 51–63. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.263>
- Anggreni, D. Y., Sarbini, S., Dewi, W. H., Hadi, S., & Qomariah, N. (2023). WHETHER SERVICE QUALITY , PRICE AND LOCATION CAN INCREASE PURCHASING DECISIONS FOR MOBILE PHONES. *International Journal Of Management Science and Information Technolog*, 3(1), 47–53. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v3i1.943>
- Anjeli, D., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Celebrity Endorser dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 420–431. <https://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/265>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing* (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Bagaskara, A., Qomariah, N., & Izzudin, A. (2021). The impact of advertising through social media on samsung cellphone purchase decisions. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 391–395.
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Dinarso, R. C., Nurhaliza, D. A., & Qomariah, N. (2024). The Impact of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchasing Decisions on Cosmetic Products.

- International Journal of Management Science and Information Technology IJMSIT*, 4(December), 346–350. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.2861>
- Faradis, M. M., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2024). The Role of *Digital Marketing* and Social Media in Improving Purchasing Decisions on Agricultural Production Facilities Products. *Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI)*, 7(1), 179–185.
- Farikhan, M. K., & Soliha, E. (2024). Pengaruh *Digital Marketing*, Word Of Mouth, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2760–2769. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fatmawaty, A., & Halim, A. (2024). The Influence Of *Digital Marketing*, Price, Consumer Perception, Store Atmosphere And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Cafe Halona Coffee Rantauprapat Pengaruh *Digital Marketing*, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3661–3673. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Febrianti, D. D., Qomariah, N., & Thamrin, M. (2024). The Influence of Price , Promotion , Product Quality on Purchasing Decisions at " Mie KBR " Jember. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 07(01), 364–371. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i1-39>
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role of Brand Image, Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research and Critics ...*, 1798–1808.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & Qomariah, N. (2021). *The Role of Brand Image , Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions*. 1798–1808.
- Fitria, A. D., & Sijabat, R. (2021). The Influence of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions through Prices at the Unnathi Pakubuwono Beauty Clinic Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, 4(4), 13732–13747. <http://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/3457>
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh *Digital Marketing* Pada Peningkatan Brand Awareness Dan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3, 409–418.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018a). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 165. <https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.352>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 1–18.
- Hoeratunisa, R., & Kusmayadi, O. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Butik Faris Fashion Karawang.

- J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1019.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.662>
- Irawanti, G., Belakang, L., & Timur, K. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , LOKASI TOKO DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO KELONTONG “ ANDA . ”* 9(1), 89–101.
- Islami, C. D., & Santo, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *Solusi*, 22(2), 215.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v22i2.9027>
- Karundeng, D. R., Musran Munizu, Tengku Kespandiar, Dhety Chusumastuti, & Miko Andi Wardana. (2023). The Influence of Store Atmosphere, Social Media, Word of Mouth, and Price on Purchase Intention of MSME Consumers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1336–1342. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1298>
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode kuantitatif : Teori dan aplikasinya untuk bisnis dan ekonomi* (Ed. 4). Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2011.
- Kurniawan. (n.d.). *ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Mario Fushsilat Dwi Kurniawan Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*
- Kurniawan, P., Ali Jufri, Santika Gumilang, & Tedi Kustandi. (2022). Purchase Decision: the Role of Store Atmosphere and Product Quality. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(6), 1096–1105. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i6.1309>
- Lestari, T., & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Maulana, A. W., Qomariah, N., & Izzudin, A. (2022). The Effect of Product Diversification , Price and Product Quality on Cracker Purchase Decisions. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 06(6), 1–6.
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif / Lexy J. Moleong*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, A. D. S., & Nurhasanah, S. (2024). Analisis pengaruh promosi, live streamers, dan tekanan waktu terhadap keputusan pembelian pada fitur shopee live. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 274–283.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1>
- Nurhaliza, D. A., Qomariah, N., & Herlambang, T. (2023). Mediation of Trust Variables : The

- Impact of Social Media Marketing on Purchasing Decisions at the Scarlet Fitriajaya Banyuwangi Outlet. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(12), 6023–6028. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i12-30>
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak *Digital Marketing*, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3096>
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Pranata, T. A., & Achmad Hasan Hafidzi dan Haris Hermawan. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk pada keputusan pembelian kedai makna jember. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 1, 1–10.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu.
- Qomariah, N., Mahendra, M. M. D., & Hafidzi, A. H. (2021). The Effect Of Price Consciousness , Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 57–63. <https://doi.org/10.9790/487X-2306045763>
- Qomariah, N., Wulandari, L. P., & Rozzaid, Y. (2020). Efforts to Increase Impulse Buying Through Discount Prices , Positive Emotions and Situational Factors. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(7), 53–58. <https://doi.org/10.35629/8028-0907025358>
- Qomariah, N., & Zaman, M. N. (2020). Online Marketing , Milenial Generation Attitudes And Brand Awareness Relationship With Purchase Decisions. *IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 25(10), 1–6. <https://doi.org/10.9790/0837-2510110106>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 49–64. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2318>
- Safitri, Y., & Sufi, S. (2023). Pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada pedagang di pasar cunda kota lhokseumawe. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i1.8544>
- Santoso, N. E., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2021). Confirmatory Bauran Marketing Services Terhadap Minat Beli Pada Program Studi Teknologi Pembelajaran IKIP PGRI Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(1), 29–36. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v11i1.4960>
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Saputro, A. W. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty dengan Brand Image dan E-Satisfcation Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 203–212. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>
- Sari, dyah kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI

- RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1 , Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Café Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.2151>
- Satoto, Valantha, R. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK J.CO ROXY SQUARE JEMBER. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 337–348. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=A-LwjScAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=A-LwjScAAAAJ:hqOjcs7Dif8C
- Satria, A. P. (2023). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL*. 1192, 240–253.
- Setiawati, R., Utami, S., & Rochani, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol 1(2), 285.
- Setyawan, A., Putra, A. P., Nurhaliza, D. A., Faradis, M. M., & Qomariah, N. (2023). THE ROLE OF SERVICE QUALITY , TRUST AND LOCATION IN INCREASING CAFÉ CUSTOMER REPURCHASE. *International of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 3(1), 39–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/ijmsit.v3i1.939>
- SHELEMO, A. A. (2023). PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD’S DI SURABAYA (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA). *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer’s perceived risk and purchase intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): “Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World,”* 1–18.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D/Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018a). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta, 2018.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi teori pengantar*. Rajagrafindo persada, 2016.
- Sulistiyono, T. D., & Fitriana, R. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 189. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.512>
- Suryadana, Liga, m Sidharta, I. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia industry hospitality*. Industri Pariwisata CV, Diandra Kreatif, Buku Ajar 2019.

- Terrasista, N. C., & Sidharta, H. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PROYEK BISNIS KAKU. *PERFORMA*, 6(5), 419–428. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2568>
- Tilting, L. B., & Arimbawa, I. G. (2020). The Effect of The Store Atmosphere, Variation of Products and Promotional Media Through Instagram on Impulse Buying and Repurchase Intention at Café Fruts99 Surabaya. *World Journal of Entrepreneurship Project and Digital Management*, 1(Vol. 1 No. 01 (2020): October 2020), 40–50. <http://worldjournal.or.id/index.php/epdm/article/view/14>
- Virgarena, R. A. T., Herlambang, T., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2024). The Influence of Political Program Promotion and Social Media on the Decision to Elect DPRD Members. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 07(06), 3653–3659. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i6-56>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi penelitian : lengkap, praktis, dan mudah dipahami/V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan pe). Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.
- Yasin, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo.store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Commercium*, 05, 20–30.

