

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting And Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyartha, 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*.
- Elita Tanujaya Julianto. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29. <https://doi.org/10.58192/ebismen.V1i4.146>
- 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. <https://bircu-journal.com/index.php/bircu/article/view/7734>
- Fitriah, A., & Supriatno, D. (2024). Instagram Sebagai Media Informasi Kuliner Di Kabupaten Jember. *Jurnal Paradigma Madani*, 10(2), 94–100. <https://doi.org/10.56013/jpm.V10i2.2806>
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Up Date Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *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>
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 1–18.
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 1–18. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/culinaria/article/view/1284>
- 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>

Kartika, H. (2021). *International Journal Of Social And Management Studies (Ijosmas) The Role Of Social Media Marketing, Product Innovation And Market Orientation On Marketing Performance : An Empirical Study On Smes In Banten. International Journal Of Social And Management Studies (Ijosmas)*, 02(05), 1–10.

Kotler Philip Dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education, 2021.

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.

Narbuko, Cholid., Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, 2015.

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.

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>

Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, Dan Kualitas Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (Jims)*, 9(3), 990–1001.

Ramadhani, H., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina Di Masa Pandemi Covid-19. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 402–409. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.94>

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).

Sekaran, U., Bougie, R. J. (2017). *Research Methods For Business*. John Wiley & Sons, Limited.

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.

Song, C., & Liu, Y.-L. (2021a). 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.

Song, C., & Liu, Y.-L. (2021b). 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. [Http://Hdl.Handle.Net/10419/238054](http://hdl.handle.net/10419/238054)

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, 2014.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta 2015.

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.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D) (4th Ed.)*. Alfabeta 2019.

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](https://doi.org/10.30736/Je.V21i2.512)

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](https://doi.org/10.37715/Jp.V6i5.2568)

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Cetakan Pe). Yogyakarta : Andi, 2014.

Wijaya, A. R., Chusnayaini, W. I., Rizal, M., Mufrodah, A., Ekonomi, F., & Islam, B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Fashion Muslimah Dalam Perpektif*. 1(2), 1–9.

Wijaya, I. W. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. *Values*, 1(3), 1–11.

Winarni, E. Widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (Ed.)). Bumi Aksara, 2018.

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.

