

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis T. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke 7. Edisi ke 1 . Jakarta: Rajawali Pers
- Ahmad, Z. Arifin, dan K. Hidayat. 2015. Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1 April 2015* Hal. 1-8.
- Asnawi, N. dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press
- Bagas, A dan S. Zuhroh. 2016. Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi Vol. X No. 02 September 2016* Hal. 145-160.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Herlambang, S. 2014. *Basic Marketing “Dasar-Dasar Pemasaran”*. Yogyakarta: Penerbit Go Syen Publishing
- Irna, F. 2016. *Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- J. McDonald, William, 2002. *Direct Marketing An Integrated Approach, International Edition*. Singapore. McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Jakarta: Prehalindo.

-, 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Prehallindo.
-, 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milelnium Jilid 2*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2014. *Principles Of Marketing, 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, H. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi Penerbit Erlangga
- Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Lubiana, M dan Achmad. 2018. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 58 No. 1 Mei 2018* Hal. 190-199.
- Nida, N. 2018. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Rumah Makan Pepes 81 Ibu Yuyun, Kresek)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (Uin) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Sangadji, E.M dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen "Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian"*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Santoso, S. 2014. *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Cetakan ke 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.

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

....., 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*: Bandung

Teo dan S. Indera. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN Vol. 7 No. 2 (2018)* Hal. 2442-6962.

Yugi, S. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol. 5 No. 2 Oktober 2016 ISSN Hal. 2252-6226*.