

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur, dkk. (2016). “*Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal)*”. *Journal Of Management*, Volume 2 Nomor 2.
- Aliyah, K. A. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Steak & Resto Karanganyar)*. Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kembali*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99-108.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bintari, S., Budiwibowo, S., & Wijaya, A. (2018). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pendapatan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Untuk Investasi Emas Di Bank Syariah Mandiri Cabang Wonogiri*. Program Studi Manajemen, Fakultas EKonomo Dan Bisnis Islam. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Buchari, Alma. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono, (2015). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : CV.Andi Offset
- Fandy Tjipto, (2014). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, pengukuran dan strategi*. Yogyakarta
- Hidayati. (2018). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pendapatan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Untuk Investasi Emas Di Bank Syariah Mandiri Cabang Wonogiri*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

- Kolter dan Armstrong, (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Bahasa Indonesia)*. Indonesia : Arum Johan Purnamasari
- Laksana, (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok : Khalifa Mediatama.
- Lupiyoadi, (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berebasis Kompetensi*. Depok : Selemba Empat.
- Mahfuzh, M. A. (2021). *Pengaruh promosi dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian pada MarketplaceShopee dikalangan mahasiswa UIN Bandung angkatan tahun 2017 (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung)*.
- Malau dan Harman, (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung : Alfabeta
- Njoto Dea Putri & Sienatra Krismi Budi. (2019). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok*. Universitas Ciputra Surabaya. Diakses di: <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/2811> pada 13 April 2022, 22.17 WIB.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Bandung : Alfabeta.
- Sofjan Assauri, (2016). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FEUI).
- Yusi dan Idris, (2020). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Palembang : Universitas Sriwijaya