

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. 2022. Potensi Jangkauan Iklan Media Sosial di Skala Global. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/daftar-media-sosial-dengan-jangkauan-iklan-tertinggi-di-dunia>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian*, Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.
- Musyawahar, Irdha Yanti. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol. 1 No. 1 hal. 3
- Pahlevi, Adi. 2022. Proporsi Jumlah Transaksi E-Commerce. Menurut Kategori Produk. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ini-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023.
- Pahlevi, Reza. 2022. Belanja Iklan (Semester 1 2019-2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/12/nielsen-belanja-iklan-tumbuh-7-di-semester-i-2022-iklan-tv-mendominasi>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023.
- Paragoncorp. 2022. Paragoncorp. <https://www.paragon-innovation.com/>. Diakses 16 Juli 2023.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2021. Ekektifitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*. Vol. 1 No. 7 hal3
- Ramadhani, Farah. 2022. Brand Makeup Lokal Terlaris Periode April-Juni 2022. <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023.
- Ramadhani, Khoirul Rizal. 2019. “Pengaruh Iklan Media Elektronik dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”.

- Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian (Edisi Pertama)*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saleh, M. Y., dan Said, M. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran (Edisi Pertama)*. Makasar: CV SAH MEDIA.
- Santoso, Erica Delia dan Novia Lestari. 2019. Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. Vol. 13 No. 1 hal. 30.
- Sari, Gita Permata. 2021. “Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina”
- Sharonwidjaja. 2015. Female Daily Network. <https://editorial.femaledaily.com/blog/2015/12/16/how-to-review/2>. Diakses pada tanggal 16 Juli 2023.
- Soetanto, James Prabowo, Fanny Septina dan Timotius Febry. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 5 No. 1 hal. 64.
- Soleman, Cindy C. O., Mariam Sondakh dan Jefry W Londa. 2015. Pengaruh Endorser Dian Sastro Iklan Zwitsal Terhadap Pembelian Produk pada Toko Swalayan di Kota Manado. *E-Journal “Acta Diurna”*. Vol. 4 No. 3 hal. 3.
- Stefani, Kezia dan Henry Cilvanur. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ruang Guru. *Jurnal Media Informatika*. Vol. 19 No. 2 hal. 74.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Edisi Ketiga)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahsiyah, Sarah Musyary dan Yuliani Rachma Putri. 2021. Penerapan Bauran Promosi Sebagai Komunikasi Pemasaran PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 2 Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Angkutan Barang di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal E-Proceeding of Management*. Vol. 8 No. 6 hal.3-4.
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi
- Waani, Novel Christian, Maryam Mangantar dan Yantje Uhing. 2022. Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA* Vol. 10 No. 1 hal. 1006-1007.

Yudiana, I Made dan Ni Luh Putu Indiani. 2022. Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembalidi Bale Ayu Denpasar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 21 No. 1 hal. 57.

Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2016. *Metodelogi Penelitian*. Palembang: Universitas Sriwijaya.