

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2017). Pengaruh Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id>, diakses tanggal, diakses 5 Mei 2024.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Chasanah, H. F. and Saino. (2022). The Effect Digital Content Marketing And Product Quality On Purchasing Decisions Through Buying Interest As Intervening Variable. *Manajemen, Teknologi Informatika dan Komunikasi (Mantik)*, 6(1), pp.551-559. Available at: <https://ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/2312>
- Prosenjit Ghosh & Anwesha Ghosh. (2021). An Unusual Case Of Video App Addiction Presenting As Withdrawal Psychosis. *Jurnal International Journal of Recent Scientific Research*, 40455-40457.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Shafa, K. A., & Hidayat, A. (2022). Social Media Marketing Activities, Brand Awareness, and Brand Image of Commitment on Somethinc Product Tiktok Account. *Enrichment: Journal of Management*, 12(3), 1613-1619. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i3.614>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- . (2018). *Metodelogi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabet.
- Tasrudin, R. (2015). *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 111-112.
- Uma dan Roger. (2019). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. (2016). *Metodelogi Penelitian Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Palembang: Universitas Sriwijaya.