

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, W., Nurasih, S. dan Sudiyarto, O.H. (2005). *Kiat Sukses Bisnis Ponsel*. Yogyakarta: Andi.
- Alexander, R.S. (1965) 'The Marketing Manager's Delima'. *Journal Of Marketing*. doi:10.1177/002224296502900205.
- Arieska, P.K. dan Herdiani, N. (2018). 'Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif', *Jurnal Statistika*, 6(2), pp. 166–171. doi: 10.26714/jsunimus.6.2.2018.%25p.
- Haryanto, Agus Tri. (2021). 'Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari'. Available at: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari> (Accessed: 22 December 2022).
- Hasyim. (2009). *Prinsip-prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. UIEU-University Press.
- Karunia, M. (2017). 'Aisas model dalam komunikasi pemasaran: Studi kasus GO-JEK', *Digilib.Uin-Suka.Ac.Id*, p. 114. Retrieved from http://digilib.uin-suka.ac.id/28530/1/13730002_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf.
- Katili, B., Mandey, S.L. dan Saerang, I.S. (2018). 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha Di Fortino Audio Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(1), pp. 91–100. doi: 10.35794/emba.6.1.2018.18826.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran*. 13th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- McQuail, D. dan Izzati, P.I. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mahdi, M. Ivan. (2022) 'Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022'. Available at: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> (Accessed: 22 December 2022).
- Meliana, Sulistiono dan Setiawan, B. (2013). 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol.1., pp. 247–254. doi:10.37641/jimkes.v1i3.273.
- Mubarok, M.M. (2018). 'Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli'. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Muslihah, F. (2018) 'Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Islam' (Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung). Retrieved from: <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/5988>.

- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, H. dan Rachmawati, I. (2016). 'Analisis AISAS (attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia', *e-Proceeding of Management*, 3(3), p. 2. <https://librarye-proceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3100>.
- Setiawan, E. (2019). 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kurir Jne, Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat', *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 1(2), pp. 166–178. doi:10.31334/trans.v1i2.301.
- Shimp, A.T. (2003). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, A.T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated*. United States: Cengage Learning.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suyono. (2015). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. (2018). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi.
- Tranggono, D., Nidita, A. and Juwito, P. (2020). 'Jurnal Ilmu Komunikasi Keputusan Pembelian Pr', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), pp. 141–155. doi: doi 10.15642/jik.2020.10.2.141-155.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wifky Muharam dan Euis Soliha. (2017). 'Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio', *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*, (2014), pp. 755–762. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/5100>.
- Wulandari, T.D. (2013). 'The Needs of Internet Literacy in An Ongoing Process of Economic Stability', *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(1), pp. 49–62. doi:10.24002/jik.v10i1.153.
- Yunita, N.R., Sumarsono, H. dan Farida, U. (2019). 'Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)', *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), p. 90. doi:10.24269/iso.v3i1.243.
- Yonathan. (2011). *Kajian Pemilihan Surat Kabar Sebagai Media Periklanan Dengan Analisis Ccream*. Hal:9-22. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/1577/>