

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Anhar, R. A., & Haryati, I. (2020). Analisis Persepsi Konsumen pada Pemasaran di Media Online. *Jurnal Dimensi*, 9(3), 412-421.
- Ariyani, R. M., Dhamera, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 133-147.
- chakti, G. (2019). *Chakti, G. (2019). The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.*
- Dina, F., Artanti, F. T., Felycia, S., Steven, C., Effendy, D., & Gery, G. S. M. (2023). persepsi konsumen Terhadap kualitas produk dan pelayanan es krim angi. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 36-48
- Diven, D. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Shopee* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2).
- Elwani, R. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64-80.
- Fajri, F. N. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Reaksi Pasar dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 1(2), 120-141.
- Habe, H., Nuzleha, N., Saleh, K., & Theresia, T. (2022). Pengaruh Promosi media sosial terhadap tingkat keputusan pembeli pada tokoammar jaya berkah di Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 6(2).
- Hadi Ismanto, S. E., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS dan Eviews dalam analisis data penelitian*. Deepublish.
- Halimatussakdiah, H., Suryani, I., & Zuhra, S. E. (2023). The Customer Perceived Orientation Effect on Perceived Value and Customer Satisfaction and Its Influence on Customer Trust. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 111-124.
- Harmoko, M. P., Kilwalaga, I., Pd, S. P. I., Asnah, S. P., Rahmi, S., Adoe, V. S., ... & Arina, F. (2022). *Buku ajar metodologi penelitian*. Feniks Muda Sejahtera.

- Herlina, Vivi. 2019. Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran. Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)
- Kridani, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Bergabung Sebagai Anggota Dalam Bisnis Multi-Level Marketing. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 289.
- Lontoh, J. K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Miftahulhasanah, L. (2023). Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Minat Kunjungi Wisatawan di Event Gelar Jepang UI" menunjukkan bahwa promosi dan media sosia. *jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3),798-809.  
<https://comserva.publikasiindonesia.id/index.php/comserva/article/view/875>
- Muhammad, N. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung Wisatawan.
- Nababan, A. F., & Simanungkalit, F. (2021). Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli pada konsumen. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 377-388.
- NanikNuraini, Yunisa Oktavia. (2020). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan pembelian pada Indomaret Taman Mediterania. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Novianti, P. P., & Balqiah, T. E. (2023). The Role of Community Benefits on Brand Loyalty in Automotive Social Media Brand Community. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 16(1).
- Novraldi, G. (2019). Persepsi Kenyamanan Pengunjung Fun World Lt. 1 Di Baywalk Mall Pluit (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Pali, A. S. P. (2021). Pengaruh kualitas produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian produk breadlife di mall lembuswana samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 9(4), 269-275.

- Pertiwi, W. (2020). Mengenal Social Commerce, Fenomena Belanja Lewat Media Sosial. Retrieved February 23, 2021, from kompas.com website: <https://tekno.kompas.com/mengenal-social-commerce-fenomena-belanja-lewat-mediasosial>
- Pratiwi, T., Sari, I. N., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Model Kerangka Kerja Sosialisasi Identitas Baru JakTV. *Communications*, 2(1), 33–50.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21009/Communications.2.1.3>
- Poch, O., Istiqomah, I., Quirico, E., Beck, P., Schmitt, B., Theulé, P., ... & Tosi, F. (2020). Ammonium salts are a reservoir of nitrogen on a cometary nucleus and possibly on some asteroids. *Science*, 367(6483), eaaw7462.
- PRATIWI, R. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap loyalitas konsumen (studi kasus terhadap pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Medan).
- Puranti, W. Y., Zamzam, F., & Romli, H. (2020). Pengaruh Rekrutmen, Pelatihan, dan Penempatan Tenaga Ahli terhadap Capacity Building Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(1), 83-92.
- Purwanti, A., & Nurjanah, S. (2020). Moderasi Kinerja Lingkungan pada Pengaruh Leverage dan Board meeting Terhadap Pengungkapan Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 11-21.
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65-71.  
<https://ejurnal.poltekkestjk.ac.id/index.php/JK/article/view/2814>
- Puspitasari, A. S. A., & Darwin, M. (2021). *Effect of work-life balance and welfare level on millennial employee performance through work engagement. International Journal of Science and Society*, 3(1), 334-344.
- Putri, M. R. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Riyadi, A., & Herman, F. (2023). Pengaruh Pengembangan Wisata Dan Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Air Panas Cipari Kabupaten Cilacap. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 45-63.
- Rizky Rahmalia Putri, S. e. (2023). Pengaruh persepsi, Pengetahuan akuntansi, dan Skala usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *jurnal ilmiah mahasiswa*.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM.  
[https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/3514/Bernard\\_142766-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/3514/Bernard_142766-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Refleksi tentang struktur ilmu hukum: sebuah penelitian tentang fundasi kefilosofan dan sifat keilmuan ilmu.
- Ruben Ramaditya Cipta Pradana, C. A. (2023, Agustus). IMPLEMENTASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP peningkatan kunjungan

- wisatawan ke mandalika Lombok. 2(3).  
doi:<https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.969>
- Rusniati Rusniati, A. H. (2022, mei). ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA ONLINE PADA MASA pandemi covid -19. *JurnalINTEKNA*,22(1).
- Santoso, L. W., Lubis, M. A., Noe'man, A., Yunus, A. I., Pakarbudi, A., Sari, H. L., ... & Musa, P. (2023). *Perancangan Sistem Informasi*. Global Eksekutif Teknologi.
- Sari, C. A. (2015). Sari, C. A. (2015). Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi Universitas Airlangga (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Santoso, S. (2019). *Menguasai SPSS versi 25*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, V. F. Y. E., & Chasanah, U. (2019). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk happy meal mcdonald's cabang maliboro mall Yogyakarta.
- Sidharta, B. A. (2009). *Refleksi tentang struktur ilmu hukum: sebuah penelitian tentang fundasi kefilosofatan dan sifat keilmuan ilmu*. Mandar Maju.
- Sienatra, D. P. (2018, Desember). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen wenak tok. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisni*, 3(5), 613-618.
- Sugiono, Anton. Program pelatihan penggunaan aplikasi pembelajaran sains berbasis website sebagai upaya mengoptimalkan pemanfaatan perangkat digital bagi warga belajar paket b (Studi Eksperimen Sederhana di PKBM
- Suharman, A., Apriyani, R., & Bramana, S. M. (2020). Pengaruh promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata gua harimau di kabupaten ogan komering ulu.kolegial, 8(1), 12-27.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. Unj press. Teknik sampling B Sumargo - 2020 - books.google.com
- Talakua, C., & Elly, S. S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Biologi Berbasis Mobile Learning terhadap Minat dan Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa SMA Kota Masohi: Effect of the used of Biology Learning Media Based on Mobile Learning on Learning Interest and Creative Thinking Ability of High School Students in Masohi City. *Biodik*, 6(1), 46-57.
- Tanoto, Jeffry, Thomas Sumarsan Goh, and Errie Margery. "Pengaruh persepsi konsumen dan promosi terhadap minat pembelian produk PT Sumber lautan Rezeki medan (2021).
- Utama, L. S., Masyhudi, L., Chelsania, N. P. A., Susanty, S., Murianto, M., & Purwata, I. K. (2023). The effect of social media promotionand of mouth on the decision to visit the attraction of Tanjung bisbeach,west lombok Regency. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 7(1).<https://www.jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/JMIL/article/view/1074>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.

- <https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/article/download/44/29>
- Ventura, C. Y. (2018). Pengaruh Pengalaman Pengunjung Citra Destinasi Dan Sosial Media Melalui Kepuasan Pengujung Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan.
- Yohana Septiani Merrynda, H. A. (2023). Efektivitas media sosial dalam pemasaran digital rumah.
- Yulius, K. G. (2022). Pengaruh persepsi konsumen atas makanan kaki lima sate taichan terhadap minat mengunjungi kembali di kawasan senayan, Jakarta Selatan. *urnal Bangun Manajemen*, , 1(1), 13-21.
- Zedina angela 1, O. S. (2021, Desember). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Store Atmosphere Terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen Pada Cafe TamanSelfieBinjai.SENRIABDI,417-433.  
<https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI/article/view/873>. *urnal.usahidsolo.ac.id/index.*, 1(1).