

## Daftar Pustaka

- Agustian, W. (2013). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang. *Seminar Nasional Informatika. SemnasIF 2013*.  
<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/download/879/764>
- Anjelisa, Mananeke, L., & Rogi, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting Dan Positioning (Stp) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bp-Smart Protection Di Ajb Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 4073–4082.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/21970/21671>
- Aprianto N, Candraningrum DA. Pengaruh Personal Selling terhadap Minat Beli Produk PRUlink Generasi Baru Nasabah Prudential Life Assurance Indonesia. *Prologia*. 2020;3(2):313.  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/6348/4912>
- Aqsa, M. (2017). Pengaruh Iklan Online Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen Secara Online Di Kota Palopo. *Prosiding Seminar Nasional*, 3(1), 82–93.  
<https://media.neliti.com/media/publications/134011-ID-none.pdf>
- Aryani M. Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *J Vision Penelit dan Pengemb dibidang Adm Pendidik*. 2021;6(1):22.  
<https://ejournal.undikma.ac.id/index.php/visionary/article/download/4085/2783>
- Candraningrum, D. A. (2019). Pengaruh Viral Marketing Video Promosi Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Goreng iONG. *Prologia*, 3(2), 358.  
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6358>
- Diniaty, A. (2019). *Mengembangkan Komunikasi Efektif dalam Pembelajaran Klasikal oleh Pendidik Amirah*. 11(2), 50–57. <https://media.neliti.com/media/publications/324491-mengembangkan-komunikasi-efektif-dalam-p-a4b1a5a9.pdf>
- Faradiba, S. R. T. A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Kholifah, N., Djoko, H., & Nurseto, S. (2014). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan

Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio ( Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Sumber Baru Motor Muntilan ). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/5172/4979>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7, p. 1835).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E).  
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1976). *PSYCHOMETRIC THEORY THIRD EDITION* McGRAW-HILL, INC.

Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. In *Alfiyah Nuraini* (Vol. 151, Issue 2). <http://lib.unnes.ac.id/22068/1/7311411059-s.pdf>

Raheni, C. (2018). The Effect Of Social Media On Consumer Buying IPengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM>

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108.  
<https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>

Suryanto. (2020). Konsep Kreatif Pendekatan Parodi Dalam Iklan Televisi Djarum 76. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 4(2), 174.  
<https://doi.org/10.22303/proporsi.4.2.2019.174-185>

Sunset Yarsi, T. (2013). Analisis pengaruh strategi desain produk terhadap minat beli konsumen pada skuter matik yamaha merek mio fino di kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 33–49.

Tegowanu. (2019). Minat beli ulang Handphone evercoss di pusat perbelanjaan handphone WTC Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.  
<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/download/51/51>

Tores, R. (2019). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Konsumen Dalam*

*Mengajukan Kredit Cepat Aman (Kca) Pada Pt. Pegadaian (Persero) Upc Sekayu.* 84–93. <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE/article/download/51/39/>

Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.15408/ess.v8i1.5885>

