

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, K. A. (2017). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN VIRAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(STUDI KASUS PADA KONSUMEN SFA STEAK& RESTO KARANGANYAR).Skripsi
- Amilia, S., & Asmara Mst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek,Harga,dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Manajemen Keuangan*, 6(Vol 6 No.1 (2017) : Jurnal Manajemen dan Keuangan), 1.Skripsi
- Arofah, U. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Lem Henkel Di Distributor CV. Lem Indo Solution Surabaya. . *Skripsi*.
- Asmoro, A. A. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Pengguna Jasa Internet MNC Play Media (Studi Pada Mahasiswa S1 Undip Pengguna Provider MNC Play Media).Skripsi
- Ayunandita, T. (2017). Hubungan Terpaan Iklan Promosi di Media Sosial (Facebook dan Instagram) dan Tingkat Kompetensi Komunikasi Ambassador Gen Y dengan Minat Membeli Paket Data Produk Telkomsel. 6, 1.Skripsi
- Elhamidy, A. S. (2018). pengaruh citra merek, promosi media sosial, promosi penjualan, dan word of mouth terhadap proses pengambilan keputusan nasabah bank BNI Syariah.Skripsi
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (n.d.). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMFLEXI (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). 2013, 2, 1.Skripsi
- Harahap, A. B. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER WAJAH MUSTIKA RATU (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). 7, 3.Skripsi

- Huda, A. N. (2018). Promosi Melalui Media Sosial terhadap Minat Beli (Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Kuliner pada Followers Akun @Kulinerdisolo di Kota Surakarta Periode Maret – Juni 2018).Skripsi
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS). 56, 1.Skripsi
- Marliani, I. P. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP (STUDI KASUS PELANGGAN THE BODY SHOP KOTA SEMARANG). *Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 3.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (n.d.). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. 25, 1.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN. *Jurnal Manajemen*, 5, 1.
- Nuraeni, S. D., & Suryawardani, B. (2017). ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PT.NIION. *Skripsi*, 3, 2.
- Oktafiana, N. K. (2018). Pengaruh media sosial instagram, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk ashanty beauty cosmetic di surabaya.Skripsi
- Pamungkas, B. A. (2016). PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KEDAI BONTACOS, JOMBANG). 10, 2.Skripsi
- Pramono, F. F. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK (STUDI KASUS : PELANGGAN SUPER INDO SEMARANG). 4, 6.Skripsi
- Purwanti, E. (2011). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DEPARTEMEN

STORE/SUPERMARKET DI SALATIGA. *JURNAL AMONG MAKARTI*, 4, 7.

- Putri, C. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen dan Star-up Bisnis*, 1, 5.
- Ramaputra, B. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA E-CINEMA ENTERTAINMENT PLAZA SEMARANG). 7, 1.Skripsi
- Salaka, E. P. (2019). PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH KOTA SEMARANG. 8, 3.Skripsi
- santoso, N. C. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pembeli Produk Rotiboy di Mall Kota Semarang). 8, 4.Skripsi
- Sonny, W. J. (2019). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN NEGARA ASAL TERHADAP MINAT BELI HELM ZEUS DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI INTERVENING (Studi pada Followers Instagram Juragan Helm).Skripsi
- Utomo, P. B. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA (Studi Kasus (Penumpang KA Kaligung PT KAI DAOP IV Semarang). 7, 4.Skripsi
- Yanto, N. S. (2014). ENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARSKIN YANG DIMEDIASI WORD OF MOUTH MARKETING (Studi pada konsumen Produk Garskin Merek Sayhello di Kota Yogyakarta).Skripsi
- Yulistara, A. (n.d.). *CNBC Indonesia*. Retrieved April 25, 2021, from <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180222124313-33-5106/ponds-perkuat-bisnis-unilever-di-pasar-kosmetik-dalam-negeri>
- Zalina, D. (2018). ENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN ETNIS TIONGHOA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK

PERBANKAN (STUDI PT BANK CENTRAL ASIA TBK BANDAR LAMPUNG). *Skripsi*.