

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, J., & Ulfatun, T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antarpedagang Mie Ayam Dan Bakso Di Kecamatan Girimarto* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Anggraini, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Efisiensi Dalam Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Di Kartasura* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Arfimasri, A., & Yulhan, Y. (2019). Pengaruh Keragaman Menu dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Aur Duri Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok SUMBAR. *JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)*, 4(01), 1-7.
- Ariska, N., & Wijaksana, T. I. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang (studi pada konsumen bakso boedjangan cabang burangrang bandung). *E-Proceeding Pf Management*, 4(3), 2909–2915.
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai promosi makanan ringankripik singkong di kabupaten sampang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Awaluddin, A., & Sakinah, A. (2021). Pengaruh kualitas jaringan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada segmen milenial dengan minat beli sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 154.
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos nias gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324.
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan aplikasi tiktok (versi terbaru) dan kreativitas anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1–10.
- Cahyani, D. D. (2020). Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di Yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). Performa kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan gaya hidup dalam mempengaruhi proses keputusan

- pembelian minuman isotonik (studi konsumen minuman isotonik di Kota Semarang). *Prosiding SENDI\_U 2018, 2016*, 711.
- Eghthesadi, M., & Florea, A. (2020). Facebook, Instagram, Reddit and TikTok: a proposal for health authorities to integrate popular social media platforms in contingency planning amid a global pandemic outbreak. *Canadian Journal of Public Health, 111*(3), 389–391.
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). 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). *Journal Of Social and Politic, 1*(11), 203–213.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic honda. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management, 10*(1), 1.
- Ferlitasari, R. (2018). Pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Jurnal Manajemen Dakwah, 1*, 61–72.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitria. (2013). pengaruh media sosial dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53*(9), 1689–1699.
- Fuadah, Z. (2021). *Pengaruh promosi, persepsi harga, kepercayaan dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen saat pandemi covid-19 (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Muhammadiyah Magelang)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grandinetti, J. (2021). Examining embedded apparatuses of AI in Facebook and TikTok. *Ai & Society, 1*-14.
- Hadi, S. (2015). *Statistika* (Cetakan 1). Yogyakarta: Pustaka belajar.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan strategi promosi terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 4*(3), 415–424.
- Halimi, M., Widarko, A., & Suharto, M. K. A. B. (2016). Pengaruh kualitas

- pelayanan, lokasi, harga dan promosi terhadap pembelian ulang ayam geprek kak rose (studi kasus mahasiswa FEB unisma angkatan 2018). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 82–94.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Untuk Pemula*. Sukoharjo: Jasmine.
- Illavi, M. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Kemasan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Pada Konsumen UD. Bambu Murni Magetan Jawa Timur)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Janna, N. M., & Herianto. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel: Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, 18210047*, 1–13.
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan media promosi berbasis aplikasi tiktok untuk meningkatkan minat beli produk ukm dm-seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428–1438.
- Kusumasari, R. V. (2022). *Pengaruh Iklan, Persepsi Harga dan E-Service Quality Terhadap Minat Pembelian Kembali Pada Pengguna E-Commerce Shopee* (Skripsi, STIE YKPN).
- Lestari, A. (2020). Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian pada butik missyshop official di kota Makasar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.
- Mumtaz, Z. S., & Saino. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Nurhidayat, T., & Wajdi, M. F. (2018). *Pengaruh Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Hypermarket Assalaam Sukoharjo* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135.
- Parhusip, A. A., Kiem, S. R., & Dalimunthe, T. K. (2021). Pengaruh persepsi harga

- dan promosi terhadap keputusan pembelian belanja online dengan produk sebagai variabel intervening (Studi kasus pengguna Aplikasi belanja Online Lazada Di kota Medan). *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(1), 01-14.
- Pertiwi, A. D., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh harga, promosi digital dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk fashion di marketplace. *JEMBA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1(4), 625-634.
- Prayogo, M., & Liliani. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian bakso pepo. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 179.
- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM) (the benefit of social media for small medium enterprises). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November 2015*, 41–46.
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandida Buku.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rismala, R., Novamizanti, L., Ramadhani, K. N., Rohmah, Y. S., Parjuangan, S., & Mahayana, D. (2021). Kajian ilmiah dan deteksi adiksi internet dan media sosial di Indonesia menggunakan XGBoost. *JEPIN (Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika)*, 7(1), 1–11.
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan promosi online terhadap minat beli ulang (studi kasus pada sate taichan banjar d'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 47–56.
- Sariningsih, D. E. (2018). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Notebook ASUS (Studi Empiris pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Setiawan, J., & Cholid, I. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, promosi, dan word of mouth terhadap minat beli produk UMKM di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 50–59.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Ekonomika Dan Manajemen, ISSN: 2252-6226*, 5(2), 128–147.
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. K. (2018). Keunggulan sosial media

dalam perkembangan ekonomi kreatif era digital di Indonesia. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 149–160.

- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs beli online shop shopee Indonesia di universitas budi luhur periode februari - april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Styaningrum, A., & Niati, A. (2019). Pengaruh citra merek, promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada rumah brownies maylisa). *Buletin Bisnis & Manajemen*, 5(2), 136–147.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet. 26). Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, G. (2018). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 187–196.
- Wahyudianto, M. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Butuhbaju.Com. *Performa*, 5(4), 311–319.
- Wiastuti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 133–146.
- Wicaksono, A. W. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Wicaksono, S. A. (2015). Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan) (Skripsi). *Universitas Negeri Semarang, Semarang*.
- Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris.” *Jurnal EMA*, 4(1), 1–13.