

## REFERENCES

- Agusta, T. (2019). *Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dan Implikasinya Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Industri Sektor Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Ahmadinejad, B., & Asli, N. (2017). E-business through Social Media: a Quantitative Survey (Case Study: Instagram). *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4(1), 80–99.
- Andrian, A. (2018). Dampak Promosi, Brand Awareness dan Pemilihan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 165–174.
- Au-Yong-Oliveira, M., Gonçalves, R., Martins, J., and Branco, F. (2018). The Social Impact of Technology on Millennials and Consequences for Higher Education and Leadership. *Telematics and Informatics*, 35(4), pp. 954-963.
- Bracíníková, V., & Matusínská, K. (2020). Brand meaning for consumers from dissimilar generations. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*, 28(1), 29–43.
- Crompton, J. L., & Lamb, C. W. (1986). *Marketing government and social services* (Vol. 10). New York: Wiley.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Han, E. S., & Goleman, Daniel; Boyatzis, Richard; McKee, A. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689 – 1699.
- He, C., Lu, J. and Qian, H. 2019. "Entrepreneurship in China," *Small Business Economics*, Springer, vol. 52(3), pages 563-572, March.
- Hidayat, R. R. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*”(Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Jaya, D. I. M. P. (2019). *Penerapan Statistik untuk Penelitian Pendidikan*. Prenada Media.
- Khoironi, T. A., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). Product Quality, Brand Image and Pricing to Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurnianto, M., & Dhewi, T. S. (2022). Social Media Marketing On Brand Equity Of L'sima Tourism, Intermediating Role: Electronic Word Of Mouth. *Journal of Business and Management Review*, 3(1), 031-044.
- Marketing, R., & Giesler, M. (2013). Definitions of Marketing. *Disponibile en:[4 de junio de 2009]*.

- Nelson, T. (2017). *The Transformational Consumer: Fuel a Lifelong Love Affair with Your Customers by Helping Them Get Healthier, Wealthier, and Wiser*. Oakland, California: Berrett-Koehler Publishers.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145–160.
- Patrikno, A. S., Prastiwi, A. A., & Ramahwati, S. (2020). Pemetaan Ukuran Pemusatan Data. 22(3).
- Prasath, P., & Yoganathen, A. (2018). Influence of social media marketing on consumer buying decision making process. *SLIS Student research journal*, 1(1), 1-12.
- Putra, S. M. (2020). *Pendukung Selebriti Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Geoff Max (Survey Pada Konsumen Geoff Max Bandung) The Influence Of Celebrity Endorser and Product Quality on Purchase Decision Geoff* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Rahmatullah, F. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Spacy pada PD. Mawar Putra Motor Sumedang*. Fakultas Ekonomi Unpas.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, LL. (2020). *Consumer behavior*, 8th International edition. Prentice Hall.

- Shafita, R. (2018). *STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN MINAT WISATAWAN TERHADAP PARIWISATA DI YOGYAKARTA (Studi Kasus di PT. BKS Tour Services Periode Oktober–November 2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Shirvani Dastgerdi, A., & De Luca, G. (2019). Strengthening the city's reputation in the age of cities: an insight in the city branding theory. *City, Territory and Architecture*, 6(1).
- Statistik, B. P. (2019). *Ekonomi Indonesia 2018 Tumbuh 5, 17 Persen*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrasmawati, R. E. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tegor, S. E. M. M., ALPINO SUSANTO, S. P. M. M., VETERSON TOGATOROP, S. P. M. M., LOD SULIVYO, S. E. M. M., & Letkol CZI Dwi Joko Siswanto, S. E. M. I. P. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Penerbit Lakeisha.

Utari, D. D. (2016). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome pada PT. Telkom Langsa* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Prab* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Zainal, P., & Burda, A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur Jakarta. *SI Manajemen*, 1–20.

Zikmund, William G., and Barry J. Babin. (2018). *Essentials of Marketing Research*. South-Western.