

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2011). *Analisis Regresi : Teori, Kasus, dan Solusi*. BPFE.
- Azizah, S., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 348–359.
- Budianto, A., Pascasarjana, P., Galuh, U., Keputusan, P., & Individu, L. I. (2019). *Master of Management Studies Program PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN : LINGKUNGAN INTERNAL INDIVIDU. 1*.
- Budiarto, M. T., Cahyono, B., Madya, W., & Pajak, P. (2019). Mengulik Kewajiban Penyedia Platform Marketplace dan Pedagang sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam Bisnis Dagang Transaksi. *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*, 2(210), 1–14. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/2525>
- Dr. Widodo, M. P. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN populer dan praktis*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jiang, B., Lan, S., Wilt, K., Ni, J., Yadav, R. N., Ghosh, A., Fascio, V., Wuthrich, R., Viquerat, D., Langen, H. H., Abou Ziki, J. D., Wüthrich, R., Kolhekar, K. R., Sundaram, M. M., Jain, V. K., Priyadarshini, D., Han, M. S., Min, B. K., Lee, S. J. S. H. S. M., ... Langen, H. H. (2018). PENGARUH TAGLINE SHOOPPE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA. *International Journal of Machine Tools and Manufacture*, 5(1), 86–96. <https://doi.org/10.1016/j.ijmachtools.2009.09.004>
- Kadek, N., Utami, Y., Made, N., & Wahyuni, S. (2019). Kajian Usability E-Marketplace Bluprin Sebagai. *Sen*, 2, 589–597.
- Kotler, P. (2017). *[Philip_Kotler]_Kotler,_P.,_2017._Marketing_4.0_Mo(z-lib.org)*.
- Kurniawati, D., & Nugraha, A. (2013). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Junal Simbolika*, 1(2), 193–198.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Kencana.

- Nurjannah, N., Arifin, Z., & Khairina, D. M. (2015). Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Sepeda Motor Dengan Metode Weighted Product. *Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 10(2), 20.
<https://doi.org/10.30872/jim.v10i2.186>
- Oscar Hernan Lopez, & Johana del Rosario Rangel. (2017). *KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS DAN BAURAN PEMASARAN PT.INTERCOM MOBILINDO PADANG* (Vol. 01, Issue 01).
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, X(2), 145–160.
- Principles of Marketing, Global Edition*. (n.d).
<https://ucem.vitalsource.com/#/books/9781292092492/cfi/26!/4/4@0.00:33.9>
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social media strategy : marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*.
- Rahayu, dewi sari, & Fadillah, A. (2018). *PENGARUH MEMBER CARD DAN PURCHASE WITH PURCHASE TERHADAP*. November.
- Santoso, A., Putra, B., Bisnis, A. F., Kristen, U., & Wacana, D. (n.d.). *Pengaruh Kepuasan Kepemilikan Membership*. 61–73.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 2.0*. PT Elek Media Komputindo.
- Sari, K., & K, N. I. (2019). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran Starbucks Card terhadap loyalitas konsumen. *Ilmiah Komunikasi Makna*, 7(2), 1–22.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISRELL: Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Situmorang, T. E., & Purba, D. (2019). *Perancangan Aplikasi Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. 02, 54–58.
- Sugiyono, P. D. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. W., & Utami, Li. R. (2019). *THE MASTER BOOK OF SPSS*. Start Up.
- Widoyoko, E. P. (2012). *TEKNIK PENYUSUNAN INSTRUMEN PENELITIAN*. Pustaka Pelajar.