

Daftar Pustaka

- AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, (December).
- Adjie Pratama Wahyudi, Lisda Sofia, & Andreas Agung Kristanto (2020). Pengaruh Kesepian Terhadap Agresivitas Verbal di Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman. *Department of Psychology, Faculty of Social and Political Sciences University of Mulawarman, Samarinda*. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7116>
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*, (February), 52. <https://doi.org/10.24843/bse.2020.v25.i01.p04>
- Andika, G., & Arsyad, L. (2023). Prioritized Mapping in Bali: Multi-View Hierarchical Agglomerative Clustering (MVHAC) Approach. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 16(1), 67. <https://doi.org/10.24843/jekt.2023.v16.i01.p05>
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. Retrieved from <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127. Retrieved from <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/12>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(2013), 1–15. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Cahyono, A. S. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 140–157.
- Cardia, D. I. N. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 16(1), 1–23.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Erlianti, D. (2019). Kualitas Pelayanan Publik Kata Kunci. *Jurnal Administrasi Publik & Bisnis*, 1(1), 9–18. Retrieved from <http://ejournal.stia-lk->

- dumai.ac.id/index.php/japabis
- Fairuz Alief & Slamet Afi (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma.
- Fajar Saputro, & Muhammad Jalari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 266–285. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Fronika, W. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. *Fak. Ilmu Pendidikan. Univ. Negeri Padang.*, 1–15. Retrieved from <https://osf.io/g8cv2/download>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Ed). Badan Penerbit - Undip.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2021). Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif). In *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>
- Iddo Trisakti Adiyanto, Mohammad Maskan (2021) Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Halter Coffee 1 Malang). Politeknik Negeri Malang. <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/7078/4503>
- Jan Van Dijk (2012) *The Network Society Third Edition*. Sage Publications. Natherlands.
- Jampur, E. a. (2023). Media Sosialisasi Abdimas Widya Karya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. *Jurnal Asawika*, 8(1), 37–41.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Laily Muzdalifah, Alfidhotul Zainiyah, Latifah Irsyadia (2024). Pengaruh Social Servicescape Pada Purchase Intention Dan Price Fairness Sebagai Mediasi: Sudy Pada Ori Fried Chicken. *Manajemen Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo*. 10.30595/jmbt.v4i2.25060
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.

- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rivaldi, Riko Ravli (2023). Masyarakat Digital Dan Budaya Interaksi Di Media Sosial: Studi Kasus Tentang Pemahaman Etika Berkomunikasi Di Ruang Publik Pada Generasi Z Di Jurusan Sosiologi FISIP UIN SGD Bandung Mahasiswa Angkatan 2019. UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <https://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/77605>.
- Wahyu Okta Cahya Nugroho, Wiyadi (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk, Desain, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Rotan. Vol. 6 No. 3 (2024): Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://doi.org/10.30606/v6.n3.2024.1>