

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Abdjul, F., Massie, J. D. D., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh *Content Marketing*, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Adi Pratama, N. W. (2022). Strategi Kampanye Komersial Mcdonald's dalam Kemasan BTS Meal. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 10(1), 38–51. <https://doi.org/10.36806/v10i1.143>
- Ajzen, I. (2017). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). *Teori perilaku terencana: Kemajuan dan penerapan terkini (The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications)*. 111–134.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (13th ed.). Alfabeta.
- Alshaf Pebrianggara, & Komalasari, D. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Aprianto, R. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO BNJ ELEKTRONIK KOTA LUBUKLINGGAU. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 2(1). <https://doi.org/10.47686/bbm.v2i1.4>

- Apriliyah, W., & Astuti, M. (2023). The Impact of Product Quality and Brand on Purchase Decision: A Study on Elzatta Hijab Products in Sidoarjo. *Academia Open*, 9(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.2730>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2018). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2018). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. 2001, 40(4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>](<https://doi.org/10.1348/014466601164939>)
- Ayu Sulistiya Putri Syahrir, Agung Widhi Kurniawan, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Muhammad Ichwan Musa, & Zainal Ruma. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Minuman Yotta di Cabang Tinumbu. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 345–359. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2734>
- Cicilia, S. (2020). *EFFECT OF E-COMMERCE , PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION*.
- Conner, M., & Sparks, P. (2020). *Teori perilaku terencana dan perilaku kesehatan (Theory of planned behaviour and health behaviour)*. Dalam M. Conner & P. Norman (Ed.), *Memprediksi perilaku kesehatan \[Predicting health behaviour* (2nd ed., Vol. 2). McGraw-Hill Education.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen pemasaran: Untuk mahasiswa, usaha mikro, kecil dan menengah*. Deepublish.
- Eka Rosalina, Wiwik Andriani, Elfritri Santi, & Asratul Rahmi. (2022). Household financial management with personality factors and locus of control through mental budgeting. *Economics, Business, Accounting & Society Review*, 1(3), 132–141. <https://doi.org/10.55980/ebasr.v1i3.41>
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Prenada Media.
- Gunelius, s. (2011). *Content Marketing for Dummies*. Wiley.

- Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Qolbi, N. (2022). *Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Pengaruh Faktor Sales Promotion, Brand Image Dan Price*.
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PT. MENJANGAN SAKTI. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PT. MENJANGAN SAKTI. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2018). Business to business digital *Content Marketing*: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Indrasari, M., Haryani, E. T., & Riono, S. B. (2024). *Pengaruh Harga, Ekuitas Merk, dan Kualitas Produk terhadap Efektivitas Iklan Vit di Rekso Mart Kedawon*. 4(1).
- Islahuben, I., C. Catur Widayati, Yenita Yenita, & L. Setya Budiawan. (2023). The Influence of Product Quality, Promotion and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Accounting and Finance Management*, 4(3), 258–265. <https://doi.org/10.38035/jafm.v4i3.235>
- Iswati, N., & Rustam, T. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 8(1), 69–76.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. 2015, 47(6), 635–650. <https://doi.org/10.1080/00036846.2014.935755>](<https://doi.org/10.1080/0036846.2014.935755>)
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga.

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020a). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Jakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020b). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Mahera, R. S., & Hariyanti, N. (2023). Qualitative Content Analysis on Tiktok Accounts @nadiraa_hijab as Online Bussines Promotion Media. *Symposium of Literature, Culture, and Communication (SYLECTION)* 2022, 3(1), 01. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.13912>
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). *PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA*. 4.
- Maniza, L. H., Hafiz, A., & Saleh, A. (2021). Strategi Sales Promotion Price Discount Dalam Mendorong Pembelian Impulsif Produk Jenis Minuman Isotonik Di Pt. Amerta Indah Otsuka”. *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)*, 2(2). <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5544>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). *Content Marketing*, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 293–307. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1572>
- Muhyi, A. (2018). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Remaja Rosdakarya.

- Nurhayati, N., Silitonga, D., & Purba, B. (2023). The Effect of Advertising and Sales Promotion on Consumer Purchase Decisions on Tiktok Shop. *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanitis*, 4(3), 98–103. <https://doi.org/10.46576/ijssseh.v4i3.3732>
- Permata Sari, D. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Pratama, I. W. A. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi di Era Digital*. IAIN Pontianak Press.
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4654>
- Rahmat, E., & Fitri, M. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI KOTA BENGKULU (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Selebar Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 118–127.
- Rizki, M., & Kussudyarsana, K. (2023). The Influence of Brand Image, Content Marketing, and Store Trust on Purchase Decisions: Case Study on Tiktok App User Consumers. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 93–105. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.27573>
- Rizqiyana, M. R., & Alam, N. (2022). Menengah (ukm) “Mie Ayam Bakso Sopo Nyono.” 6(1).

- Rudy Nandito, Edvin Fairliantina. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Park Hotel Cawang: Kualitas Pelayanan, Promosi, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.35908/jeg.v8i2.2944>
- Sanjaya, M. E. (2023). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP MERK WOWIN*.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Setyaningrum, N., Djoko, H., & Wijayanto, A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI PENJUALAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAAP Studi Kasus pada Konsumen Mie Sedaap di Kecamatan Tembalang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 1–10.
- Sukmawati, A. H. (2024). *Sales Promotion Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram Untuk Membangun Brand Awareness Pada Saga Space*.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Syafira, D., & Akbar, D. (2023). PENGGUNAAN DIGITAL ADVERTISING DALAM PROMOSI CHAMPIONSHIP EVENT OLEH MYEDUSOLVE. *Bisnis Event*, 4(13), 1–9. <https://doi.org/10.32722/bev.v4i13.5543>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, S. (2020). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.

Tuffahati, S. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi Penjualan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Starbucks Coffee Mall Of Indonesia*. 8(4).

Yulianti, F., & Lamsah. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Grup Penerbitan.

Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 272–279. <https://doi.org/10.36555/almana.v4i2.1410>

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.

