# **DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Alma, B. (2012). *Pengantar Bisnis* (Edisi Revi). Alfabeta.

Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, *V*(1), 124–143.

Fakhri, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Lautan Rezeki Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 255–261. https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.283

Kertajaya, H. (2006). *Marketing Plus 2000/SC Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Gramedia Pustaka Utama.

Kleden, I. (2017). *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia* (I. Kleden & T. Abdullah (eds.); p. 1). LIPI Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management* (Sixth Edit). Pearson.

Magdalena, F., Lestari, M. T., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh Promosi Traveloka @Traveloka Melalui Twitter Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Followers Akun Twitter @Traveloka). *Jurnal Sosioteknologi* , *15*(3), 371–377.

Rudy. (2008). Perancangan E-Marketing Bagi Perusahaan Jasa Konsultasi Arsitektur: Studi Kasus Pt Naw. *Jurnal Piranti Warta*, *11*(1), 55–68. https://adoc.tips/download/perancangan-e-marketing-bagi-perusahaan-jasa-konsultasi-arsi.html

Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Yosep, L. (2013). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cat Merek Mowilek Di Jakarta. *Jurnal MIX*, *3*(3), 373–383. http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nature10402%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nature21059%0Ahttp://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577%0Ahttp://

**Jurnal**

Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, *V*(1), 124–143.

Fakhri, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Lautan Rezeki Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 255–261. https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.283

Magdalena, F., Lestari, M. T., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh Promosi Traveloka @Traveloka Melalui Twitter Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Followers Akun Twitter @Traveloka). *Jurnal Sosioteknologi* , *15*(3), 371–377.

Rudy. (2008). Perancangan E-Marketing Bagi Perusahaan Jasa Konsultasi Arsitektur: Studi Kasus Pt Naw. *Jurnal Piranti Warta*, *11*(1), 55–68. https://adoc.tips/download/perancangan-e-marketing-bagi-perusahaan-jasa-konsultasi-arsi.html

Yosep, L. (2013). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cat Merek Mowilek Di Jakarta. *Jurnal MIX*, *3*(3), 373–383.