

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, J., Fadri, Z., & Irman, I. (2020). Pemanfaatan Konten Ibadah dan Akhlak dalam Media Sosial. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya*, 2(2), 82–92. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/istinarah/article/view/2534>
- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2017). No Title日本の国立公園に関する3拙著に対する土屋俊幸教授の批評に答える. *経済志林*, 87(1,2), 149–200.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayanti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember) 2528-0570. *Jurnal Penelitian Ipteks, Vol.3 No.2(2)*, 186–196.
- Ansori, P. B., & Ansori, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11–19. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i1.253>
- Ayu Wulandari, S. (2019). *Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Tanpa Akuntabilitas Publik (Sak Etap) Dalam Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kredit Perbankan (Studi Kasus Pada UMKM Kota Cimahi)*. 2005, 23–51. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2240>
- Bahiyu, E. L. U., Saerang, I. S., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM di desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal EMBA : Emely Lisbet Uta Bahiu Ivonne S. Saerang Victoria N. Untu3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas*, 9(3), 1819–1828.
- Effendi, A. F., & Harimurti, C. (2022). *Strategi Pemasaran Usaha Ekspor Briket Arang Tempurung Kelapa pada PT. Taiba Cococha Indonesia*. 4(1), 60–66.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Fatimah, S., & Nosita, F. (2020). Analisis Efektivitas Iklan Ramayana Berbasis Epic Model Pada Media Sosial Youtube. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 39–54. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v11i1.1252>
- Handani, I. (2018). *Analisis Kedisiplinan Kerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Camat Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi*. 421–433. <http://repository.uin-suska.ac.id/14852/>
- Handoyo, M. A. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Ii, B. A. B., & Teori, D. (2017). *Bab ii. dasar teori 2.1*. 4–14.
- Jackie, Rina Friska B. Siahaan, Dewi Anggraini, Willi Chandra, & Fauzi A.M. Hutabarat. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Di Teko Healthy Resto Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 167–175. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.446>
- Kindangen, I. L., Pangkey, M. S., & Tampongangoy, D. (2018). Tata Kelola

- Administrasi Desa Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Mundung Satu Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(51), 1–8.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JAP/article/view/19202>
- Lampung, B. (2021). *Rizky Bayu Putra*.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35.
<https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Nurul Indika, S. A. (2021). Pengaruh Komitment Organisasi Dan Organizational Citizenship Behavior (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan PT Ladava Multi Logistics Jakarta). *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(2), 64–73.
- Parameswari, R., Ribka Sanjaya, S., Cancehlita, M., Febriani, R., Belina, N., Andy, Hernawan, E., & Herijawati, E. (2022). Implementasi Penggunaan Digital Marketing Pada UMKM Di Credit Union Madani Kotabumi Tangerang. *Abdi Dharma*, 2(2), 93–96. <https://doi.org/10.31253/ad.v2i2.1733>
- Purba, F., Tanjung, D. S., & Gaol, R. L. (2021). Pengaruh Pendekatan Paikem Terhadap Hasil Belajar Siswa Dengan Tema Lingkungan Sahabat Kita Di Kelas V Sd Harapan Baru Medan Tahun Pembelajaran 2020/2021. *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(2), 278–286.
<https://doi.org/10.33578/pjr.v5i2.8179>
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133.
<https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.384>
- Rauf, A. (2021). Digital Marketing: Konsep dan Strategi. In □□□□□ (Issue September).
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142.
- Romadlon, A., Marlien, R. ., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDIU, 2016*, 701–707.
- Wijoyo, H. (2020). Implementasi Mett Ā Sutta Terhadap Metode Pembelajaran Di. *Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(March), 1–13.
https://www.researchgate.net/profile/Hadion-Wijoyo/publication/344804871_IMPLEMENTASI_METTA_SUTTA_TERHADAP_METODE_PEMBELAJARAN_DI_KELAS_VIRYA_SEKOLAH_MINGGU_SARIPUTTA_BUDDHIES/links/5f91313a92851c14bcd1ed4/IMPLEMENTASI-METTA-SUTTA-TERHADAP-METODE-PEMBELA
- Yudiawan, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 815–823.

