

DAFTAR PUSTAKA

- Aliftian Nantigiri, M. H., Handayani, S., & Veronica, V. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 7(2), 181–192. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v7i2.660>
- Anjani, J. P., Wikanso, W., & Andriani, D. N. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pemilihan Indekos Pada Mahasiswa Universitas PGRI Madiun. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 2(1), 133–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.1060>
- Ardani, W. (2022). Komunikasi pemasaran. In M. Silalahi (Ed.), *Jakarta: Erlangga* (hal. 143–156). PT. Global Eksekutif Teknologi <http://repository.unisba.ac.id/bitstream/>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Asnia, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Kost Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis. *Seminar Nasional Industri dan Teknologi*, 295–301.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. (A. Rofiq (ed.)). CV Jakad Media
- Candra, O., Rahmadani, A., Parulian, T., Zulham, & Novrandani, S. (2024). Bola Basket Sebagai Media Pendidikan Karakter: 5(3), 5497–5502.
- Chairullah, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Bandar Lampung. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Daeng, C. R. N., Rogahang, J., & Walangitan, O. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Transportasi Online Maxim Bike pada Mahasiswa Fispol Unsrat. *Productivity*, 4(5), 608–615.
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., Asteria, B., Nugroho, M. A. S., Assery, S., Nurwahyudi, M. R., Fajar, R. N., Kuswanto, N. M., Renaldy, F., Umam, M. K., Elyta, E. K., & Risdiyanti, F. D. (2023). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.

- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsi, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Ekowati, S., Finthariasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, maria valerie, & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *cv budi utama*. deepublish.
- Fauzi, A., Rukmini, & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1(1), 1–13.
- halo surabaya. (2023). *Alasan Popularitas Olahraga Bola Basket Meningkatkan Pesat di Indonesia*. <https://www.halosuroboyo.com>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hasan, A. (2020). *Marketing dari mulut ke mulut*. MEDPRESS. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/a1216c3e-fe21-456a-adf0-72ac5120f006>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. unitomo press.
- Julius, N. (2025). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025*. Upgraded.Id.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2016). *Marketing Management (15th ed.,)*. Pearson Education (Vol. 15).
- Latif, A. (2020). Pengaruh Bauran Promosi (Promotion Mix) Terhadap Keputusan Pemilihan Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Internasional Language Foundation (ILF) Di Lamongan. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(2), 90–105.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>
- 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>

- Masloman, M. I. S., Tumbel, A. L., & Raintung, M. C. (2022). Efektivitas Keputusan Pembelian In-App Purchase Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 649–662.
- Murtiningsih, D., & Hendrawan, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Word of Mouth terhadap Keputusan Memilih Berkuliah. *Jurnal Ekobistek*, 11(2), 60–64. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i2.277>
- Napitupulu, P. D. S., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Berkuliah Di Institut Teknologi Del. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(9), 33–41.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial Dasar. In *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. <https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967496>
- Paat, L. M. M., Moniharapon, S., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Fasilitas, Word Of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1566–1577.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Rahmawati, E. D. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Pustakabarupress <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book>
- Riyanto, A. D. (2024). *Data Digital Indonesia 2024*. Hootsuite. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Safitri, novi angga. (2023). *Manajemen Pemasaran* (R. Kurniawan (ed.); pertama). K-Media.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). KBM INDONESIA. [https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book Metodologi Penelitian Syafri.pdf](https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafri.pdf)
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80–91. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Sugiyono. (2023). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In Sutopo (Ed.), *alfabeta*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Sunyoto, D. (2023). *dasar dasar manajemen pemasaran* (tri Admojo (ed.); 1 ed.). center of academics publishing service. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/>

- Tawakkal, G. T. I., & Subekti, T. (2023). Metodologi Penelitian Sosial Dasar. In *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*.
<https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967496>
- Tohari, A. (2022). *statistika deskriptif*. univeristas nusantara PGRI Kediri.
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.
- Utami, D. N., Trimo, L., Judawinata, M. G., & Suminartika, E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Platform Pembelian Buah dan Sayur Online. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 64–74. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.64-74>
- Wardana, A. (2024). Perilaku Konsumen Di Era Digital. In M. Pradana (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Eureka Media Aksara.
- Wiguna, R. W. (2024). *Pentingnya Olahraga untuk Kesehatan Optimal*. <https://sarolangunkab.go.id/artikel/baca/pentingnya-olahraga-untuk-kesehatan-optimal#>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *keputusan pembelian konsumen* (F. Rezeki (ed.)). PT kimshafi alung cipta.