

DAFTAR RUJUKAN

- Agung, I. (2012). *Panduan Penelitian Tindakan Kelas bagi Guru*. Jakarta: Bestari Buana Murni.
- Alfatris, T. D. (2014). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sumber Daya*, 11(2), 34-57.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Anas, S. (2014). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Atmojo, A. E. P., & Nugroho, A. (2020). EFL Classes Must Go Online! Teaching Activities and Challenges during COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Register Journal*, 13(1), 49–76. <https://doi.org/10.18326/rgt.v13i1.49-76>
- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, dan Efendi, (2015). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Badri, M. (2011). *Coporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Bayu, D. (2022). *Laporan Survei Belanja Online 2022*, diakses pada 1 Februari 2023 pukul 19.35, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>
- Darmawan. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, I. R. (2022). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?*, diakses pada 20 September 2022 pukul 18.58, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Fahlevi. (2013). *Pengaruhi Rasio Likuiditas, Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Harga Saham*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gaspersz, V. (2012). *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hikmat. (2014). *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Julianti. (2014). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida*.
- Khairinal. (2016). *Menyusun Proposal, Skripsi, Thesis, Thesis, Disertasi*. Jambi: Salin Media.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid I dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Armstrong G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi ke 13. Terjemahan oleh BOB Sabran*. MM: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism (6th ed.)*. Pearson.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Nisa, A. C. (2022). *7 Alasan Pentingnya Beriklan di Sosial Media Untuk Bisnis Online*, diakses pada 24 September 2022 pukul 15.59, dari

<https://www.exabytes.co.id/blog/alasan-pentingnya-beriklan-di-sosial-media/>

- Putra, M. Y. S., Sagir, J., & Hilmianti. (2021). *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breatalk Lombok Epicentrum Mall*.
- Riduwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ruqo'iyah. (2012). *Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap Kinerja Karyawan (Study kasus PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Malang)*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
- Sadya, S. (2022). *Konsumen RI Paling Tertarik Belanja Online karena Gratis Ongkir*, diakses pada 21 Desember 2022 pukul 19.13, dari <https://dataindonesia.id/ragam/detail/konsumen-ri-paling-tertarik-belanja-online-karena-gratis-ongkir>
- Septiani, F. (2018). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Minat Beli. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 1(2), 399-415. <https://doi.org/10.33753/madani.v1i2.21>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sopiah, Sangadji, & Mamang, E. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sudijono, A. (2018). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Depok: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V., & Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyadi, E. (2014). *SPSS +Amos*. Jakarta: In Media.
- Suwandari, L. (2008). Pengaruh Promotional Mix pada Peningkatan Volume Penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto. *Jurnal Pro Bisnis*, 1(1).
- Swastha, B., & Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi.

Winarsunu, T. (2006). *Statistika dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*.
Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006.