

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Wahyudi Putra, and Tony Susilo Wibowo. 2020. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Batu Kapur Pada Cv. Salsabilla Group Di Gresik." *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)* 1 (1): 429-37. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3041>.
- Dewi, Evania Kusuma, and Linda Kusuma. 2021. "Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Frozen Food Dengan Variabel Moderasi Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 5(1):47-53.
- Batee, Maria Magdalena. 2019. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2 (2): 313-24. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>.
- Dessyaningrum, Cici, Samsir, and Efni Yulia. 2020. "Pengaruh Kualitas Mobile, Harga, Dan Kualitas Produk Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi
- Dwi Anna Arisandi, and Tony Susilo Wibowo. 2020. "Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lazizaa Chicken and Pizza." *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*1(1):92-99. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.296>
- Febriansyah, Erwin, M. Rasuli, and Hardi Hardi. 2013. "Pengaruh Keahlian, Independensi, Kecermatan Profesional, Dengan Etika Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kualitas Auditor Pada Inspektorat Provinsi Bengkulu." *Sorot* 8 (1): 1.

<https://doi.org/10.31258/sorot.8.1.2346>.

Handayani, Christina Menuk sri, Tony Susilo Wibowo, and Tri Ari Prabowo. 2020. "Media Sosial Dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat

Aji Ratna Kusuma, Muhammad Ali Adriansyah, Netty Dyan Prastika. 2013. "Modal Sosial Terhadap Organizational Citizenship." *Jurnal Psikostudia Universitas Mulawarman*, 2 (2): 100-116.

Bayu, Ni Wayan, Eka Mitariyani, I. Gusti Ayu Imbayani, Fakultas Ekonomi, and Universitas Mahasaraswati Denpasar. 2018. Keputusan, Terhadap, Pembelian Kartu, Perdana Internet, "Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Di Gallery Smartfren Jalan Pulau Kawe No.03 Denpasar." 31-42.

Kevin Marcelino. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk Di Surabaya." *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* (2004):6-25.

Pakuwon Cityn Ardi; Diah Daharmayanti. 2018. Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di "Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City." *Jurnal Strategi Pemasaran* 5(1):11. *Majalah Ekonomi* 25 (2): 110-21.

- Nawarini, Alisa Tri. 2019. "Pengaruh Perceived Value Dan Kepuasan Pada Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Di Kota Purwokerto Dengan Variabel Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 21(1). doi: 10.32424/jeba.v21i1.1294.
- Nihlah, Zahrotun, Deliana W Latuihamallo, Aries Susanty, and Ratna Purwaningsih. 2018. "Analisis Pengaruh Perceived Value, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Moderasi." *Seminar Nasional IENACO*, no. 2337-4349:462-69.
- Novizal, Guntur, and A. Rizal. 2020. "Pengaruh Product Knowledge Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Mobil Wuling Di Dealer Wuling Semarang)." *Management* 633-44.
- Paramitra, Yuaniko. 2019. "Pengaruh Pemasaran Hijau, Citra Merek Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(1):50-59. doi: 10.35137/jmbk.v7i1.269.
- Rendra Alfian Ardiansyah, and Tony Susilo Wibowo. 2020. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Indomilk Di Kecamatan Wonokromo Surabaya." *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)* 1 (1): 338-46. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3002>.

- Setiadi,Ahmad.2014.“Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.” *Jurnal Ilmiah Matrik* 16(1).
- Sundawati,Nur. 2018.“Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa.” *Universitas Pasundan* 110(9):1689-99.
- Tirtayasa, Satria, andYeni Ardini Daulay. 2021. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las Di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19.” *MANEGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1):106-22.
- Tirtayasa, Satria, Ira Nadra, and Hazmanan Khair. 2021. “Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Dimoderasi Teknologi Pada Masa Pandemi Covid-19 The Effect of Marketing Strategy on Improving SMEsPerformance Is Moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 22(2):20371. doi: 10.30596/jimb.v22i2.7395.
- Widhayani Puri Setioningtyas, I Made Bagus Dwiarta, R. Bambang Dwi Waryanto, and Bisma Arianto. 2020. “Pemanfaatan Multimedia Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Dan Produk Oleh-Oleh Desa Wisata Di Desa Kebontunggul Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto.” *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1 (1): 8-13. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.1.8-13.2334>.