

DAFTAR PUSTAKA

- Albiyanto, G. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zenius Education [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayattullah Jakarta]. In Universitas Islam Negeri Syarif Hidayattullah Jakarta (Issue 8.5.2017).
- Andina Yulianti, AY and Indriana Kristiawati, IK (2023) *Pengaruh Harga, Media Sosial Marketing Dan Emotional Influences Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue Pada Generasi Muda Di Kota Surabaya*. Diploma thesis, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
- Andina Yulianti, AY and Indriana Kristiawati, IK (2023) *Pengaruh Harga, Media Sosial Marketing Dan Emotional Influences Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue Pada Generasi Muda Di Kota Surabaya*. Diploma thesis, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
- Arisanti, D., Mudayat, M., & Kilimandu, I. (2022). Marketing Mix of Dry Bulk Market Share at Jamrud Terminal. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5(2), 369–379.
- Aspirin, M., & Jatmiko, U. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kayu Pada Perum Perhutani KBM Penjualan Kayu Wilayah Madiun Di Kota Kediri) Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Islam Kadiri Kediri) Dosen Prodi Mana. Management, 1–8.
- Bruno, G., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). *Social Media Marketing Efforts Of Luxury Brands: Influence On Brand Equity And Consumer Behavior*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 69(12), 5833–5841.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2015). *Customer Relationship Management*, Third edition.
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289–309.
- Dyahtritami, V. R., & Suryawardani, B. (2020). Pengaruh *Customer Relationship Management Dan Social Media Marketing Terhadap Purchase Decisions Pada Favehotel Braga Bandung Tahun 2020*. *EProceedings*, 6(2), 1103–1110.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23 (8th Ed.)*. Universitas Diponegoro. Edisi 10 (p. 464). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gugus Wijonarko, G. W. (2023). *Pengambilan Keputusan Bisnis (Berdasarkan Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial, Perilaku Organisasi, dan Penyusunan Business Plan)*.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Iman Akbar, R. (2021). *Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management)*. Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Ivathurrochmah, IV and Soedarmanto, SE., MM, SD (2023) *Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Terhadap Pembelian Impulsif Di Mediasi Self Esteem Pada Generasi Muda Surabaya*. Diploma thesis, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
- Khalifi, Akh. W. (2018). *Strategi Pengembangan Kemitraan Usaha di PT. Allinma Universal Surabaya*. Fakultas Dakwah dan KOMunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Mudayat, Mudayat and Nur Widyawati, NW and Dian Arisanti, DA (2024) *Sistem Informasi Bisnis*. Scopindo Media Pustaka.
- Nursiti, N., & Giovenna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Qi, J., Monod, E., Fang, B., & Deng, S. (2018). *Theories of Social Media: Philosophical Foundations. Engineering*, 4(1), 94–102.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini (Maya (ed.); 1st ed.)*. Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* .Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*.

- Sugiyono. (2019). Metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development R&D*) . Alfabeta.
- Wijonarko, G. (2019). Pengaruh Brand Trust, Product Quality, dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction serta Berdampak pada Customer Loyalty pada Pengguna Mobil Honda Mobilio di Kota Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 16(1), 149-174.
- Yacob, R. M., & Hasbi, I. (2024). Pengaruh Harga Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Dagang Tokopedia (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Indonesia) *The Influence Of Price And Customer Experience On Purchase Decision In Tokopedia E-Commerce (A Case Study On Generat. Management*, 11(2), 1310–1318.
- Zanjabila, R., & Hidayat, R. (2017). Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). In *e-Proceedings of Applied Science* (Vol. 3, pp. 368–375)