# DAFTAR PUSTAKA

Abd Rasyid Rahman. (2018). “Pengaruh Strategi Promosi melalui Media Sosial dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor PT.Sinar Mandiri Manado”. *Jurnal EMBA, 6 (4).* 3933-3942.

Ahmad Moh’d Al-sharif. (2017). “The Impact of Social Media Marketing on Customer Satisfaction through Brand Image (Field Study based on Customers of Jordan Telecommunication Companies, Applied on the Students of the Private Universities that Located in Amman-Jordan)”. *Journal Management Marketing, 5 (2).* 411-420.

Aji Pamungkas Bagas. (2016). “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada kedai bontacos Jombang)”. *Jurnal Komunikasi Manajemen, 10 (2),* 145-160.

Alma Buchari. (2018) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Arikunto, Suharsini. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.*

Jakarta: Rineka Cipta.

Budiningsih, Asri. (2017). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta. Didin Fatihudin. (2019). *Pemasaran Jasa. Stratgei Mengukur Kepuasan dan*

*Loyalitas Pelanggan.* Ypgyakarta: CV Budi Utama.

Fajar, Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Khalifah Mediatama.

Fahmi,Irham. (2018). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta. Hasan, Ali. (2019). *Marketing.* Yogyakarta: Media Pressindo.

Heuer, Chris. (2017). *The Social Media Playbook: Listen, Look, Join and Lead*.

New Jersey: Wiley Publisher

Hurriyati, Ratih. (2017). *Bauran Pemasaran dan Loyaliyas Konsumen*. Bandung: Alfabeta

Indrawan dan Poppy. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitattif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan.* Bandung: PT. Refika Aditama.

80

Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Manajemen (Edisi 15).* Global Edition: Pearson Education.

Moekijat. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju..

Nasrullah, Rulli. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ongko Wijoyo Iksan. (2018). “Pengaruh Delivery Service terhadap Keputusan Pembelian Drive Thru McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 1 (1),* 1-12.

Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis.*

Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2017). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Andi.

Shaheen Musarat. (2020). “The Effect of Social Media Promotion and Viral Marketing on Customer Satisfaction”. *International Journal of Advanced Science and Technology, 29 (8),* 2817-2826.

Stanton, William J. (2018). *Prinsip Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketujuh.* Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2019). *Methode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kombinasi (mixed methods) Penelitian Tindakan (Action Research) Penelitian Evaluasi.* Bandung: Alfabeta.

Syarif Maulana Ade. (2016). “Pengaruh Pelayanan Pesan Antar dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT. TOI”. *Jurnal Ekonomi, 7 (2),* 113-125.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga.* Yogyakarta: ANDI. Wibowo Fujo, (2019). “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Harga terhadap

KeputusanPembelian (studi kasus pada Indomaret Jl.Taman Siswa No.7A

Jogyakarta)”. *Jurnal Ekonomika, 12 (2),* 2085-0352.