# DAFTAR PUSTAKA

Aini, M. N., Hutasuhut, J., Lubis, A. S., & Syamsuri, A. R. (2022). Effect of Training, Use of Information Technology and the Work Environment on Employee Performance at PT. Nusantara IV Plantations Medan City. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(4), 30558–30570. https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7213

Ardiansyah, A., & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusaan Pembelian Produk Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Stie Bima). Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI), 5(2), 136-146

Astuti, Hutasuhut, J., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Pada Kantor Bupati Deli Serdang. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 2(3), 335–350. https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.v2i3.67

Baskara, I.B. (2018). Pengaruh Potongan, Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying). Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember. Manajemen Bisnis, 5(2)

Baskara, Indra Bayu. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember), Department of Management FEB UMM

Hariyanti, NT & Wirapraja, A. 2018. ”Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern.” Jurnal Eksekutif Vol 15 No 1 (133-146). STIE IBMT Surabaya

Kapriani, K., & Ibrahim, I. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. Manajemen Dan Bisnis, 5(2), 395–403.

Ki, C.-W. (Chloe), Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. Journal of Retailing and Consumer Services, 55, 102133. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133](https://doi.org/https%3A//doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133)

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). Principles of marketing (12th ed.), (B. Sabran, Penerj.) Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran (12th ed., Vol. 1 & 2). Jakarta: PT Indeks

Park, J., Ciampaglia, G. L., & Ferrara, E. (2016). Style in the age of instagram: Predicting success within the fashion industry using social media. Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer- Supported Cooperative Work & Social Computing, 64–73. ACM.

Sari Wulandari, Toni Hidayat. (2021) Pengaruh Review Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada Pada Masyarakat Millenial Desa Patumbak Kampung Kec. Patumbak. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (Jimk)

Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2017. Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition. New Jersey: Wiley

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. (2018). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andy Offset.

Wijaya, D.T. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Experience Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Rokok Sampoerna Di Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran. Vol. 6, No. 2, Hal. 1-9. https://publication.petra.ac.id/ index.php/manajemen-pemasaran/article/view/8549/7725. Diakses pada 20 November 2021.

Wijaya, J. A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Fitur, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Google Ads Sebagai Digital Marketing. Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 1(2).

Wiley, J., & Sons. (2019). Digital Marketing All-in One for Dummies. John Wiley & Sons, Inc.