

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S., Sari, W. K., Idrus, N. A., Irfan, M., & Utami, U. (2022). Pembuatan dan penggunaan media big book dalam implementasi kurikulum merdeka pada KKG Gugus 22 Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng. *International Journal of Community Service Learning*, 6(4), 396–402. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i4.54376>
- Annisa Umara Nasution. (2021). Pengaruh social media marketing dan online customer review terhadap minat beli.
- Ari Riswanto, Joko Joko, Siti Napisah, Yoseb Boari, Devy Kusumaningrum, Nurfaidah Nurfaidah, & Loso Judijanto. (2024). *Ekonomi bisnis digital: Dinamika ekonomi bisnis di era digital*.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (1997). *Manajemen pemasaran* (Edisi kedua, disunting oleh Imam, dialihbahasakan oleh Nurmawan). Jakarta: Erlangga.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh sales promotion dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian tiket bioskop melalui aplikasi TIX ID (Studi pada pengguna aplikasi TIX ID di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9. <https://forms.gle/zeHfZKGyByYxLfKy5>
- Dhiraj Kelly Sawlani, S. E., M. MSi. (2021). *Digital marketing*.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen* (Edisi keenam). Jakarta: Binaputra.
- Hamzah, R. E., Rialdo, R., Manogari, R., & Shabrina, P. (2020). Strategi komunikasi pemasaran kedai kopi Kaman dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Vol. 1.
- Hariyansah, N., & Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2021). Segmentasi pasar dalam komunikasi pemasaran Islam. Vol. 19. <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/>
- Harsa Wardana, M., & Sitania, F. D. (2023). Strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan business model canvas pada Kedai Kabur Bontang. Vol. 1.
- Kompas.com. (2023). Sales promotion: Pengertian dan tujuannya.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (Edisi kedua belas). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012a). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012b). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed., Global Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1 & 2). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusniadji, S. (2015). Strategi komunikasi pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk consumer goods (Studi kasus pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang).

- Maylisda Frisca Elenor Solagracia. (2020). *Bisnis kuliner tidak ada matinya*.
- Nayumi, S., Sellinnia, S., & Sitinjak, T. J. R. (2020). Pengaruh country of origin image, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Innisfree di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. <https://marketeers.com/di-balik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Galia Indonesia.
- Peter, J. P., & Donnelly, J. H. (2013). *Marketing management: Knowledge and skills* (11th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Philip Kotler. (2002). *Manajemen pemasaran* (Jilid 2). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Sari, A. M., & Aslami, N. (2022). Strategi komunikasi pemasaran asuransi syariah. *Manageria Journal of Islamic Education Management*. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i1.870>
- Siregar, S. (2016). *Statistika deskriptif untuk penelitian dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- S Nasution. (2023). Strategi manajemen ekonomi dalam menghadapi tantangan global. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (Ed); ke-2 ed).
- Suliyanto. (2014). *Statistika non parametrik*.
- Tulasi, D. (2012). *Marketing communication dan brand awareness*.
- Yenni Arfah. (2022). *Keputusan pembelian produk*.