

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K.-S. Masitoh, “Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100,” *J. bisnis dan Pemasar.*, vol. 11, no. 1, 2021.
- [2] J. Studi, R. G. Patalo, and D. E. Pratama, “Pengaruh Social Media Marketing , Ekuitas Merek , dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata,” vol. 7, no. 1, 2020.
- [3] G. A. Philip Kotler, “Page 1 Prinsip-prinsip Pemasaran i Edisi keduabelas _ Jilid 1 _ _ PHILIP KOTLER _ Northwestern ... (PDFDrive).pdf.” EIRLANGGA, Ciracas,Jakarta, p. 370, 2008.
- [4] K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education Limited, 2016.
- [5] M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, 1st ed. Samarinda: Mulawarman University press, 2016.
- [6] farida Yulia, Lamsah, and Periyadi, “BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf,” no. April. p. 79, 2019.
- [7] M. Maria and M. Y. Anshori, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake,” *J. Manaj. Teor. dan Ter. J. Theory Appl. Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 50–51, 2016, doi: 10.20473/jmtt.v6i1.2654.
- [8] M. A. Firmansyah, “Pemasaran jasa,” no. March, p. 274, 2019.

- [9] yuni Fitriani, “Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat,” *Paradig. - J. Komput. dan Inform.*, vol. 19, no. 2, p. 152, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>
- [10] O. Nofri and A. Hafifah, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar,” *J. Minds Manaj. Ide dan Inspirasi*, vol. 5, no. 1, pp. 113–132, 2018, doi: 10.24252/minds.v5i1.5054.
- [11] T. Internasional and P. Laksamana, “Dampak Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Beli dan Loyalitas Merek : Bukti dari Industri Perbankan Indonesia,” vol. 8, pp. 13–18, 2018.
- [12] N. K. Tanzer, “Reference Group,” *Encycl. Cross-Cultural Psychol.*, vol. 2, pp. 1078–1081, 2013, doi: 10.1002/9781118339893.wbeccp449.
- [13] M. Z. M. Lubis, “Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP (One Village One Product),” *J. Kaji. Ekon. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 30–47, 2018.
- [14] U. Dhyana and P. Bali, “Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia,” *J. Kaji. Bali ISSN 2088-4443*, vol. 06, no. April, pp. 149–172, 2016, [Online]. Available: <http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali/article/view/19904>
- [15] Y. P. Kristiutami, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Museum Geologi Bandung,” *J. Pariwisata*, vol. 4, no. 2, pp. 53–62, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>

- [16] Prof. Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung, 2013.
- [17] Prof. Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* 2013.
- [18] M. M. Sanaky, “Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah,” *J. Simetrik*, vol. 11, no. 1, p. 432, 2021, doi: 10.31959/js.v11i1.615.
- [19] G. Mardiatmoko, “PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L .]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of ,” vol. 14, no. 3, pp. 333–342, 2020.
- [20] A. Dampak *et al.*, “Jurnal nusamba vol.3 no.1 april 2018,” vol. 3, no. 1, pp. 14–29, 2018.