

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W., & Nurmalingda, N. (2013). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Kentang, Bawang Merah, dan Cabai Merah. *Jurnal Hortikultura*, 22(3), 292.
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65–77.
- Anonim. (2019). *Kependudukan: Istilah*. Dalam [https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah\\_page=4](https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4) diakses pada hari Kamis, 18 November 2021 pukul 09.00 WIB.
- Armuyuda, E., & Praga Deva, R. (2020). METODE DESAIN DARI BRAND MENJADI MASKOT BERDASARKAN ADAPTASI METODE ALINA WHEELER KE DALAM MODEL 5M. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 06(02), 277–287.
- Artino, A. (2020). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT LILI KONSULTAN LOMBOK. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(2), 96.
- Bappeda DIY. (2021). *Restoran dan Rumah Makan Daerah Istimewa Yogyakarta 2016 - 2021*. Dalam <http://bappeda.jogjaprovo.go.id/> diakses pada hari Kamis, 18 November 2021 pukul 11.00 WIB
- Büyükdağ, N., Soysal, A. N., & Kitapci, O. (2020). The effect of specific discount pattern in terms of price promotions on perceived price attractiveness and purchase intention: An experimental research. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479.
- Darlis, D., Tulloh, R., & Saleh, S. K. (2016). SISTEM MEDIA CENTER PERIKLANAN PAMERAN DI BANDUNG BERBASIS RASPBERRY PI MENGGUNAKAN SERVIIO. *Jurnal Elektro Telekomunikasi Terapan*, 03(02), 410–420.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan *Digital Influencer* dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 01(01), 71–82.

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. BPFE.
- Harjanto, R., & Mulyana, D. (2008). Komunikasi Getok Tular Pengantar Popularitas Merek. *Mediator Jurnal Komunikasi*, 09(02), 233–242.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Pearson New International Edition.
- Hernawati, Nungky D. (2019). PENGARUH PENJUALAN PERORANGAN, PEMASARAN LANGSUNG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GRANIT PADA PT. GARUDA GRAHA INDAH. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 08(06), 1–15.
- Isfar, F. (2020). FASHION AND FASHION EDUCATION JOURNAL Analisis Konjoin untuk Mengidentifikasi Preferensi Konsumen terhadap Busana Pesta di Butik Fenny Chen. In *FFEJ* (Vol. 9, Issue 1).
- Johnson, B., & Chirstensen, L. (2004). *Educational Research Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. Pearson.
- Kembaren, S. C., Bangun, P., & Sitepu, R. (2014). Preferensi Wisatawan terhadap Kunjungan Wisata Pulau Samosir dengan Analisis Konjoin. *Saintia Matematika*, 2(3), 267–275.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). *Indeks Literasi Digital Provinsi*. Dalam <http://survei.literasidigital.id/dashboard-literasi-digital> diakses pada hari Rabu, 3 Agustus 2022 pukul 19.00 WIB.
- Knudsen, H. K., & Havens, J. R. (2021). Using conjoint analysis to study health policy changes: An example from a cohort of persons who use drugs. *International Journal of Drug Policy*, 98.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kumar, A., Suganya, S., & Imayavendan, V. (2018). An Empirical Study on Sales Promotion Techniques. *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Online*, 18.

- Li, Z., Yang, W., Liu, X., & Si, Y. (2020). Coupon promotion and its two-stage price intervention on dual-channel supply chain. *Computers and Industrial Engineering*, 145.
- Machali, I., & Hidayat, A. (2016). *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia* (2nd ed.). Kencana.
- Mardiana, Siska. (2013). PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Komunikasi*, 02(02), 40–46.
- Nafiah, S., & Jumino. (2019). EFEKTIVITAS BROSUR SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN PEMAKAI UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN TENTANG PERPUSTAKAAN DI SMA NEGERI 3 SEMARANG. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 08(04), 249–259.
- NapoleonCat. (2022). *Instagram Users in Indonesia December 2021*. Dalam <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/12/> diakses pada hari Selasa, 1 Februari 2022 pukul 20.00 WIB.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 02(02), 119–128.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021 10th Edition*. Dalam <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/> diakses pada hari Rabu, 2 Februari 2022 pukul 11.00 WIB.
- Nurdin, I., & Hartiti, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Pratama, F. A., Narasati, R., & Amalia, D. R. (2019). Pengaruh Kata Cashback Terhadap Peningkatan Penjualan Menggunakan Data Mining. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer*, 3(2), 1–5.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Gava Media.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Putri, I. G. (2021). *Restaurant Knowledge*. Penerbit Adab.
- Ramadhani, R., & Bina, N. S. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Pernada Media.

- Santoso, S. (2017). *Statistika Multivariat Dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sariwati, Y., Rahmawati, D., Oktaviani, F., & Amran, A. (2019). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) CALIEF MELALUI IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 218–224.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Cengage Learning.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sifauttijani, F., Listyorini, T., & Meimaharani, R. (2017). PENCARIAN RUMAH MAKAN BERBASIS ANDROID. *Jurnal SIMETRIS*, 8(1), 309-316.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sirait, S., & Sinaga, K. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH PADA PERBANKAN DI PEMATANGSIANTAR. *Jurnal EK&BI*, 03(01), 248–256.
- Siregar, N., Dan, M. S., Fadillah, H., Dosen, S. E., Program, A., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2017). PENGARUH PENCITRAAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KAMPOENG DELI MEDAN. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Siyamto, Y. (2017). KUALITAS PELAYANAN BANK DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 3(01), 63.
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17–21.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Supandi, E. D. (2012). Pendekatan Conjoint Analysis untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik di UIN Yogyakarta. *Jurnal Fourier*, 1(1), 1.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2003). *Pengantar Statistika* (1st ed.). Bumi Aksara.

- Voges, T. S., Jin, Y., Chen, X., & Reber, B. (2022). What drives a tough call: Determining the importance of contingency factors and individual characteristics in communication executives' stance decision-making through a conjoint analysis. *Public Relations Review*, 48(1).
- Widayat. (2018). *Statistika Multivariat (Pada Bidang Manajemen dan Bisnis)*. UMM Press.
- Widiana, M. E. (2015). PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PENJUALAN PERORANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MASPION DI DESA SERUNI GEDANGAN SIDOARJO. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 01(01), 63–76.
- Wulandari, S. P. (2009). PENGEMBANGAN PREFERENSI DALAM PEMILIHAN KONSEP PRODUK KOSMETIK BEDAK BERBASIS ANALISIS KONJOIN. *Forum Statistika Dan Komputasi*, 14(1), 1–10.
- Yuliana, Kunto Aribowo, E., & Febrianty Setianingtyas, A. (2021). Persepsi Mahasiswa terhadap Profil Dosen Menggunakan Analisis Konjoin. *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)*, 03(02), 84–97.
- Yusi Kamhar, M., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Media sosial Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi. *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 01(02), 1–7.
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenada Media.