

## DAFTAR PUSTAKA

- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). pengaruh harga dan promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pengguna transportasi berbasis online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381-390.
- Jamaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Khorik, A. A., & Rahardjo, B. (2017). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN VIRAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SFA STEAK & RESTO KARANGANYAR)* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Winarto, C. (2019, October). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA GRABFOOD DI SURABAYA. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)* (pp. E6-E6).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- covid19.go.id. (2020, 9 Juni). Peta Sebaran. Diakses pada 9 Juni 2020, dari <https://covid19.go.id/peta-sebaran>
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. Manajemen Pemasaran. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Baron dan Byrne. (2008). Psikologi Sosial: Jilid 1 Edisi Kesepuluh. Jakarta: Penerbit. Erlangga
- Saladin, Djaslim, 2003, "Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran", Cetakan. Ketiga, Bandung : Linda Karya
- Sistaningrum, Widyanintyas. 2002. Manajemen Penjualan Produk. Jakarta : kanisius
- Basu Swastha, 2000, Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan. Modern, Jakarta :
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks
- Kotler dan Amstrong, (2004), Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh, Penerbit. Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta. Yogyakarta

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip & Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta