

DAFTAR PUSTAKA

- Dini Yani, & Dexi Triadinda. (2022). Kajian Strategi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada Umkm Gonze Cianjur Jawa Barat Di Era New Normal. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(1), 16–27. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v8i1.2961>
- Dira, Karlina. 2020. “Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartemen Paragon Village Di Karawaci.” *Jurnal Ekonomi Efektif* 2(3): 423.
- Fatilah, S. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Melaka Wedding Organizer Pekanbaru. Universitas Islam Riau.
- Ferdian, Ilham, and Dini Salmiyah Fithrah Ali. 2021. “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Soka Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kaos Kaki Halal.” *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Soka Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kaos Kaki Halal* 8(5): 11.
- Handayani, Sri, and Miko Warodei Antono. 2019. “Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Pt. Graha Estetika Property Bengkulu.” *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(2): 50–66.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability/article/view/2505>
- Imanulah, Ridho, Ima Andriyani, And Frecelia Nanda Melvani. 2022. “Pengaruh Citra Toko, Varian Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Pancious SOMA Palembang.” *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah*

Ekonomi Dan Bisnis 10(1): 285–95.

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

Kusnadi, I., Nurlenawati, N., & Yani, D. (2022). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM Saung Tutut Tegalsawah di Kota Karawang. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 306–310. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.1929>

Meylani, Fatimah, Agus Supandi Soegoto, And Yunita Mandagie. 2022. “Analisis Pengaruh Lokasi Usaha Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nol_Id Tataaran II.” *Jurnal LPPM Bidang Ekososbudkum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)* 5(2): 1269–80.

Netti Nurlenawati, Sari Marliani, & July Yulawati. (2021). Kaji Tindak Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Produk Kerajinan Pada Era New Normal (Studi Kasus Pada Usaha Kerajinan Batok Buah Berenuk). *Buana Ilmu*, 6(1), 141–161. <https://doi.org/10.36805/bi.v6i1.1991>

Robby Fauji, and Syifa Pramudita Faddila. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang.” *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* 5(2): 35–56.

Setiawan, A. I., & Vitria, A. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Padi Rimbun Banjarbaru. *COVID-19 Related Depression and Anxiety among Quarantined Respondents Fang*.

Sofy, M. M., Triadinda, D., & Yani, D. (2023). Penerapan Bauran Promosi pada Radio Lazuar 94.1 FM. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 66–74. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.994>