

DAFTAR REFERENSI

- Agung Tri Putranto, & Aris, Q. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa (Studi kasus Di Indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 135–145.
<https://doi.org/10.32493/dr.b.v3i2.6351>
- Amron, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil MPV. *Jurnal Ilmiah Eropa, ESJ*, 14 (13), 228.
<https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Andjani Zella Andrianti, Lasmanawati, E., & Nurhayati, A. (2014). PEMAHAMAN HASIL BELAJAR “MENYIAPKAN DAN MENGOLAH HIDANGAN PENUTUP PANAS DAN DINGIN (HOT AND COLD DESSERT)” SEBAGAI KESIAPAN PRAKTIK PENGOLAHAN MAKANAN KONTINENTAL DI SMKN 1 PACET. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 3(1).
<https://doi.org/10.17509/boga.v3i1.6462>
- Andriani, F. (2021). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278. Retrieved from
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/48>
- Anizir Anizir, & Restu Wahyuni. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP CITRA MEREK PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA SERANG. *Sains Manajemen*, 3(2).
<https://doi.org/10.30656/sm.v3i2.254>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Diakses 12 Desember 2021, dari website Apjii.or.id:
<https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>
- Ayunita, D. (2018, 30 Oktober). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. Diakses pada 22 Februari 2022, dari situs ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37-44. Retrieved from
<http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/download/689/pdf>

- Badan Pusat Statistik. (2020). Diakses tanggal 22 Februari 2022, dari website Bps.go.id: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- BPS Provinsi DKI Jakarta. (2018). Diakses 12 Desember 2021, dari website Bps.go.id: <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/111/1/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur- dan-jenis-kelamin.html>
- Denny Aditya Rachman, & Sri Suryoko. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WAJAN MAS KUDUS). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 136–143. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17605>
- Foster, B. (2016). Impact of citra merek on purchasing decision on mineral water product “Amidis”(Case study on bintang trading company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1-11. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/59023308/2320190424-14311-1white8.pdf>
- Hamel, G. (2013). EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN TERHADAP PIUTANG PADA PT NUSANTARA SURYA SAKTI. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3). <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1736>
- Harun Al Rasyid, & Agus Tri Indah. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI KOTA TANGERANG SELATAN. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/10.31294/jp.v16i1.3031>
- Hasmarani Yunita, Sugandi, and A. Johantan. (2020). "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GREATSTORE DALAM MENGGUNAKAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE.". Retrieved from [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/02/Junal%20Hasma%20\(02-07-20-07-35-00\).doc](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/02/Junal%20Hasma%20(02-07-20-07-35-00).doc)
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI KANTOR POS PATI 59100. *Pro Mark*, 11(1), 10-10. Retrieved from <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/1318/784>
- Kemendikbud. (2021). *Buku Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021*. Diakses tanggal 12 Desember 2021, dari website Kemendikbud: <https://www.kemendikbud.go.id/pustaka/Buku-Outlook-Pariwisata-dan-Ekonomi-Kreatif-2021>

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawardani, Desy. (2016). "Pusat kuliner dan oleh-oleh di bantul, di yogyakarta." *Jurnal Atma Jaya*: 1-15. Retrieved from <https://e-journal.uajy.ac.id/11010/1/JURNAL.pdf>
- M Chrisdianto, Y Satinem, & M Suhdy. (2021). Analisis Teknik Dasar Pencak Silat PSHT Rayon Lubuk Kupang Ranting Lubuklinggau Selatan 1. *Edukatif Sportif*, 2(01), 21–26. <https://doi.org/10.33258/edusport.v2i01.1597>
- Manik, C. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Astra International, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. *Jurnal al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 111. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i2.470>
- Mindari, E. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROTI ISI KRIM DURIAN (JORDAN BAKERY) DI DESA RANTAU SIALANG KECAMATAN SUNGAI KERUH. *Jurnal Ekonomika*, 11(2). Retrieved from <http://180.250.193.171/index.php/ekonomika/article/view/1437>
- Mitta Amelia Agustine, Miguna Astuti, & Rosali Sembiring. (2021). PERAN CITRA MEREK DAN HARGA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA RANAHCREATIVE DI JABODETABEK. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 29–40. <https://doi.org/10.26623/jreb.v14i1.3237>
- Nasrum, A. (2018). *Uji normalitas data untuk penelitian*. Jayapangus Press Books, i-117.
- Nurul Lutfiyah Rahimah, & Ati Mustikasari. (2020). Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Chocodot, 2020). *EProceedings of Applied Science*, 6(2). Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/12076>
- Pahit oleh Najla. (2020). Diperoleh 12 Desember 2021, dari situs Bittersweetbynajla.com: <https://bittersweetbynajla.com/home>
- RI, B. (2021, 6 Agustus). Menparekraf: kuliner penyumbang terbesar PDB ekonomi kreatif - PEDULI COVID19 | KEMENPAREKRAF / BAPAREKRAF RI. Diakses pada 22 Februari 2022, dari PEDULI COVID19 | KEMENPAREKRAF / BAPAREKRAF RI website: <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/menparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/>

- Rumondor, R., Mangantar, M., & Jacky S.B. Sumarauw. (2015). PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN DAN RISIKO PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR PLASTIK DAN PENGEMASAN DI BEI. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
<https://doi.org/10.35794/emba.3.3.2015.9338>
- Safitri, I. (n.d.). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 328. Retrieved from
http://w.sibresearch.org/uploads/3/4/0/9/34097180/riber_7-s2_k18-165_328-337.pdf
- Saka, A., & Raya Sulistyowati. (2021). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS LOKAL KERJODALU. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1382. Retrieved from
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40332>
- Salimun Salimun, & Sugiyanto Sugiyanto. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BEGAL (BEBEK GALAK). *PROCEEDINGS UNIVERSITAS PAMULANG*, 1(1). Retrieved from
<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6927>
- Sanjaya, A. S. (2019). Pengaruh Dimensi Media sosial Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra). Retrieved from
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/1780/1419/>
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen "Teori dan Penerapan dalam Pemasaran" Edisi: 2*. Penerbit Ghalia Indonesia, 2020.
- Sutrasmawati, Rr Endang. (2016). "Pengaruh brand awareness dan citra merek terhadap keputusan pembelian." *Management Analysis Journal* 5.4. Retrieved from
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/8350>
- Valiant, V. (2020). Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri - Repository UPI Y.A.I. Upi-Yai.ac.id. <https://doi.org/http://repository.upi-yai.ac.id/1252/1/INSTAGRAM%20SEBAGAI%20MEDIA%20EKSISTENSI%20DIRI%20Valant.pdf>
- Websindo | Indonesia Digital 2019 : Media Sosial. (2019, 7 Maret). Diakses pada 12 Desember 2022, dari website Websindo:
<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>