

DAFTAR PUSTAKA

- Agis, D. P. (2021). *Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap perilaku keagamaan remaja islam di kelurahan waydadi baru kecamatan sukarama*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi 2*. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 173.
- Astuti, N. F. (2021). Mei Mengenal fungsi media sosial berikut pengertian dan jenisnya. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html?page=3> diakses pada tanggal 31 Januari 2023
- Avivah, N., Yuwita, N., & Ahwan, Z. (2023). Bad Influence Sosmed Pada Kawasan Wisata Tretes Terhadap Pola Pikir Psikologi, Life Style Generasi Muda Pasuruan (Tinjauan Teori Determinisme Teknologi). *JURNAL HERITAGE*, 11(2), 109-120.
- Azizah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Selebgram Endorse Dika Bj, Paid Promote, Dan Online Costumer Review Terhadap Minat Beli Produk Tas Lucu Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4394-4408.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Buton, S. (2021). *Dampak aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Prodi Journalistik Islam IAIN Ambon*. . (Disertasi Doctoral, Institut Agama Islam Negeri IAIN Ambon)
- Djaslim, S., & Oesman, Y. M. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Djohan, J.A. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Media Nusa Creative
- Fauzia, W. N., & Huda, M. (2022). Analisis Pengaruh Product Placement Pada Produk Kopi Luwak Dalam Sinetron “Ikatan Cinta” Terhadap Brand Awareness Melalui Brand Recall. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 124-137.
- Fida. (2022). 13 Tempat Makan di Pandaan Bikin Terkesan. GoTravelly. <https://www.gotravelly.com/blog/13-tempat-makan-di-pandaan/>
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung gubrak KEPRI mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Bidang Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi)*. ISSN, 2598–8107.

- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Ghosh, P., & Ghosh, A. (2021). AN UNUSUAL CASE OF VIDEO APP ADDICTION PRESENTING AS WITHDRAWAL PSYCHOSIS. *International Journal of Recent Scientific Research*, 10(January), 40454-40457. <https://doi.org/10.24327/IJRSR>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23"*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____ (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS"* (edisi semb). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1904>
- Heizer, J., & Render, B. (2006). Manajemen Operasi, Edisi 7. *Jakarta: Salemba Empat*.
- _____ (2010). Manajemen operasi. *Edisi Ketujuh Buku, 1*.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Karki, D. (2018). *How Food Quality , Price , Ambiance and Service Quality Effects Customer Satisfaction : A study on Nepalese Restaurants in*.
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang. In *Jurnal Nasional Pariwisata*. <https://lib.unnes.ac.id/5883/>
- Kusumawati, A., Wusko, A. U., Suharyono, S., & Pangestuti, E. (2021). Relational benefits on customer satisfaction: Sharia empirical study in Indonesia. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (1), 312-320.
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran. Jilid Pertama. Edisi Milenium. Trans.
- Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran (Vol. 1, Nomor 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.

- Kristiutami, Y. P. (2017). Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 4(No.1), 53–62.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. D. (2001). *Pemasaran*. Thomson Learning.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). Investigating the assumptions of uses and gratifications research. *Communication research*, 4(3), 321–338.
- Mardatila, A. (2022). Oktober. 7 jenis media sosial lengkap penjelasan dan contohnya. Merdeka .Com. <https://www.merdeka.com/sumut/7-jenis-media-sosial-lengkap-penjelasan-dan-contohnya-klm.html?page=2> diakses pada tanggal 28 Januari 2023
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih, M. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1).
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 5(1), 38–54.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 90.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____ (2018). *Health and Therapeutic Communication An Intercultural Perspective*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nisa, G. C. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Dan Gender Differences Terhadap Pencarian Informasi Online Dan Belanja Online. *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah*.
- Nisak, K. (2022). Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying dan Minat Beli. (Disertasi Doctoral, Universitas Yudharta Pasuruan)
- Nubaila, R. S., & Huda, M. (2024). Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 305-314.
- Nurmansyah, F. (2022), Juli. 10 Strategi TikTok marketing Untuk Menenangkan Hati pelanggan. Qontak mekari. <https://qontak.com/blog/tiktok-marketing/> diakses pada tanggal 28 Januari 2023
- Prakoso, A. D. (2020). Penggunaan Aplikasi TikTok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Dikelurahan Waydadi Baru Kecamatan

Sukorame. (Disertasi Doctoral, Universitas Islam Negeri Intan Lampung)

- Prianto, A., & Sulhan, M. (2021). PENGEMBANGAN KUBE SEBAGAI PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PENERIMA PKH BERBASIS QUARDRUPLE HELIX (STUDI PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PADA PROGRAM KUBE–PKH DI ERA NEW NORMAL DI KABUPATEN PASURUAN). *JURNAL HERITAGE*, 9(2), 194-212.
- Priatmoko, S. (2017). *Jurnal Khasanah Ilmu – Volume 8 No. 1 – 2017 – khasanah.bsi.ac.id*. 8(1), 20–31.
- Puirih, K., Mananeke, L., & Lengkong, V. P. K. (2020). Fenomena Keputusan Pembelian Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Di Kota Manado the Phenomenon of Buying Decision and Use of Social Media on Consumer Satisfaction Tokopedia in Manado City. 411 *Jurnal EMBA*, 8(3), 411–419.
- Rakhmawati, A., Rahardjo, K., Prakasa, Y., & Nizar, M. (2023). Dampak Kondisi Sosial Ekonomi, Respon Kebijakan Pemerintah Dan Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Ukm Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 93-110.
- Ramadhani, A. A., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Sepeda Motor Matic Yamaha N-Max di Pasuruan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4418-4428.
- Rilcudurano, D. (2018). Faktor Yang Mendorong Orang Berkunjung Ke Wood Cafe Ngabang. (Disertasi Doctoral, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)
- Rizki, A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 49(2), 157–164.
- salmaa. (2023). Pendekatan Peneliti: Pengertian, Jenis dan contoh. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/pendekatan-penelitian/> diakses pada tanggal 31 Januari 2023
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 190-200.
- Sciffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Ke-7, diterjemahkan dari “Consumer Behaviour” oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setiawan, R., Kosasih, K., & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 167. <https://doi.org/10.24843/bse.2019.v24.i02.p01>
- Setiyorini, A., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial,

- Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12- 17.
- Solis, B., & Breakenridge, D. K. (2009). *Putting the public back in public relations: How social media is reinventing the aging business of PR*. Ft Press.
- Stanton, W. J. (1997). *Fundamental Of Marketing* (Terjemahan oleh F.X. Budiyanto (ed.)). Binarupa Aksara.
- Sulhan, S. S. (2024). Pengaruh Brand Personality dan Produk Quality Terhadap Brand Love dan Brand Brand Loyalty pada Depo Bangunan Sidoarjo. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(1), 21-31
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukeri, M. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- _____ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- _____ (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- _____ (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 134.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 75, 15.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi penelitian akuntansi*.
- Tenriala, S. (2018). *PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO CABANG MAKASSAR*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta Andi.
- _____ (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- _____ (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- Umam. (202)1. *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat dan Perkembangannya*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> diakses pada tanggal 25 Januari 2023

- Wahyono, I. S. (2022). Media Sosial Dan Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Media Sosial Toko Buku Online Redaksi Loveable). *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 1(1), 30. <https://doi.org/10.32897/jiim.2022.1.1.1643>
- Yoeliastuti, Y., & Faridah, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Wisata Kuliner Dapur Kayu Manis Condet. *Warta Dharmawangsa*, 16(1), 84–103.
- Yulianti, F., Lamsah. & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher
- Zulkifli, Z. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 20, 2020–2021.