

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Amanah, D., & Pelawi, S. P. (2015). *Pengaruh promosi penjualan (sales promotion) dan belanja hedonis (hedonic shopping) terhadap impulsive buying produk Matahari Plaza Medan fair*. Jurnal Quonomic, 3(02), 10-18.
- Arestanti, Arrazaqu, Martana. Herawati, Nurul & Rahmawati, Emi. (2016). *Faktor-Faktor Internal Individual Dalam Pembuatan Keputusan Etis : Studi Pada Konsultan Pajak Di Kota Surabaya*. Jurnal Akuntansi dan Investasi, Vol. 17, No. 2, hal : 104-117.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Boston: Pearson Education.
- Azzahra, D. R., Septyanti, R. N., & Yuliani, W. (2019). *PENGARUH CLIEN-CENTERED THERAPY DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI SISWA SMA. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 2(1), 30-36.
- Basuki, Z. W., & Rachmawati, I. (2019). *PENGARUH 'APPSCAPE' TERHADAP ADOPSI APLIKASI MOBILE DAN M-LOYALTY PADA PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA DI INDONESIA*. Jurnal Mitra Manajemen, 3(4), 339-354.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). *Brand image and product price; Its impact for Samsung smartphone purchasing decision*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 219, 221-227.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Heini, T. M., & Heikki, K. (2015). *The usage of digital marketing channels in SMEs. Journal of Small Business and Enterprise Development*, 635-636.

- Hustic, I., & Gregurec, I. (2015). The influence of price on customer's purchase decision. In *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*. Faculty of Organization and Informatics Varazdin.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Irum. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Rumah pada Perumahan D'Cassablanca di Samarinda*. ISSN 2355-5408, *ejournal.adbisnis.fisip unmul.ac.id*. 4 (2) 590-604.
- Kanagavalli, G., Arumugam, U., & Manida, M. (2020). *EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON PURCHASE DECISION*. Alagappa University, Karaikudi. AEGAEUM JOURNAL.
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2016). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN JAVANA BISTRO BANDUNG*. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(1), 246-254.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing management*. 15e, Boston: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition, Boston: Pearson Education.
- Paramata, N. R., & Sabudi, N. H. (2020). *Self-Directed Learning Pada Mahasiswa Keperawatan Semester II Universitas Negeri Gorontalo*. *Jambura Nursing Journal*, 2(1), 146-155.
- Pusicov Kota Bandung*. Pusicov Bandung. (2020). <https://covid19.bandung.go.id/>. Diakses pada 5 Juli 2020.
- Rohmah, M. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia*. *JOM FISIP*, 5.
- Safitri & Albari (2018). *The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 328-337.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2016). *The effect of social media communication on consumer perceptions of brands*. *Journal of Marketing Communications*, 22(2), 189-214.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryana, P., & Muliasari, I. (2018). Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 15-24.
- Vigna, J. P., & Mainardes, E. W. (2019). *Sales promotion and the purchasing behavior of food consumers*. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(3), 101-126.
- Wang, S., Hung, K., & Huang, W. J. (2019). *Motivations for entrepreneurship in the tourism and hospitality sector: A social cognitive theory perspective*. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 78-88.
- Wedhaswary, I. D. (2020, Maret 12). *Timeline Wabah Virus Corona, Terdeteksi pada Desember 2019 hingga Jadi Pandemi Global*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi>. Diakses pada 5 Juli 2020.
- Yasmin, Puti. (2020, April 6). *Asal Usul Virus Corona Berasal, Dari Mana Sebenarnya?*.
<https://news.detik.com/berita/d-4966701/asal-usul-virus-corona-berasal-dari-mana-sebenarnya>. Diakses pada 5 Juli 2020.