

DAFTAR PUSTAKA

- A, R. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- ANNISSA, A. N. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELLINE DI SHOPEE. *Open Library Telkom university*.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Armstrong, P. K. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education inc.
- AZIZAH, S. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DI INSTAGRAM, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KANZ COFFEE & EATERY). <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>, 22-23.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis- Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Billy, N. (2022). *Pengembangan Uji Statistik*. Pradina Pustaka.
- detikcom, T. (2021, 1 28). *Data-data Terbaru Lonjakan Kasus Virus Corona di Indonesia*. Diambil kembali dari Detik: <https://news.detik.com/berita/d-5622975/data-data--terbaru-lonjakan-kasus-virus-corona-di-indonesia>
- Firmansyah, H., & dkk. (2022). *Teori Marketing*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- I, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, & dkk. (2022). *PEMASARAN JASA KELABUHAN*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Keller, K. &. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Eirlangga.
- Kurnia Sandi, R. H. (2020). *Tutorial PHP machine learning menggunakan regresi linear berganda pada aplikasi bank sampah istimewa versi 2.0 berbasis web*. Bandung: Kreatif.

- MARDIYANTI, S. T. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Atas Jasa Layanan Go-Jek di Kota Malang. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>, 37-38.
- Marisa, N. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP KAWASAN PERUMAHAN MUSTIKA PLAMONGAN ELOK SEMARANG. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 301-316.
- Pahlephi, R. D. (2022, September 3). *Staycation Adalah: Apa Saja yang Dilakukan dan Bedanya dengan Vacation*. Diambil kembali dari Detik Jabar: <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6268632/staycation-adalah-apa-saja-yang-dilakukan-dan-bedanya-dengan-vacation>
- Pryanka, A. (2021, September 8). *Seluruh UMKM Terdampak Jika Pandemi Berlangsung Hingga 2021*. Diambil kembali dari Republika: <https://republika.co.id/berita/qgbofp370/seluruh-umkm-terdampak-jika-pandemi-berlangsung-hingga-2021>
- Pusparisa, Y. (2021, 1 27). *Stay on Vacation, Metode Populer Berlibur Semasa Pandemi*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/27/stay-on-vacation-metode-populer-berlibur-semasa-pandemi>
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing*. Samarinda: PENERBIT DEEPUBLISH.
- Ramadhian, N. (2020, 7 29). *Apa Itu Staycation? Liburan yang Diprediksi Jadi Tren Selama Pandemi*. Diambil kembali dari Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2020/07/29/094500127/apa-itu-staycation-liburan-yang-diprediksi-jadi-tren-selama-pandemi?page=all>
- S, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis- Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sanstoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiawan, B. (2015). *Teknik Praktik Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung*. Bandung: Alfabeta.

Suwitho. (2022). *PENGUSAHA YANG SUKSES PASTI MENJAGA KEPUASAN PELANGGANNYA: Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*. Banyumas: Pena Persada.

Tungga, C. P., & dkk. (2022). *Seni Pemasaran Kontemporer*. Bandung: PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.

Wangsa, N. W., & dkk. (2022). *PROMOSI PENJUALAN UNTUK MEMBANGUN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN MENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Klaten: Lakeisha.

Yosepha, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1-30.