

DAFTAR PUSTAKA

- Albertus, Wisnu Nugroho. 2010. Pelaksanaan Personal Selling Dalam Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Pada Cv.Aceh Honda Motor Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Ari Setyaningrum. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. AndiOffset
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryun, A., Nugraha, D. D., Di Karachi, L., Ruswan, M., & Abdurrahman, N. (2020). Pengaruh Paparan Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Keinginan untuk Memainkan Game AoV. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 95-108.
- Aryun, Abshar, et al. "Pengaruh Paparan Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Keinginan untuk Memainkan Game AoV." *COMMENTATE: Journal of Communication Management* 1.1 (2020): 95-108.
- Assauri, S. (2014). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers
- Belch, George E dan Belch, Michael A. 2014. Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective, 9E Global Edition. New York: McGraw-Hill.
- Carissa, Tiffani, and Akhmad Edhy Aruman. 2019 "PENGARUH SALES PROMOTION DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT MEMBELI DALAM MOBILE LEGENDS." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7.2 : 45-55.
- Devy, Shinta dan N.A. Br. Sinulingga. 2018. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Rotella Persada Mandiri. *Journal Of Management Science*. 1, 18-23.
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunelius, Susan. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2.penerbit salemba empat.jakarta.
- Juju, H. U. (2018). PENGARUH NILAI VIRTUAL ITEM DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL ITEM DALAM GAME ONLINE DOTA 2 (Survei Pada Cyberia Net Bandung).
- Kotler dan G. Armstrong. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Penerbit Indeks. Jakarta.

- Kotler, dan Armstrong. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.
- Mahar, N. T. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Adopsi Inovasi Aplikasi Permainan Daring Arena Of Valor. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis, 3(2), 132-140.
- Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti. 2020. Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya
- Mursid. 2011 Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Cetakan 4. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Nurullah Sururi Afif. 2020 PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL, BUDAYA DAN PSIKOLOGI TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI KOTA BOGOR
- Rd. Soemanagara 2016 Strategic Marketing Communication (Konsep Strategis & Terapan) cetakan ke 4
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Silvia Sari Sitompul dan Mastono 2017. analisis pengaruh promosi, harga, dan kepercayaan terhadapkeputusan pembelian online di lazada.co.id pada mahasiswa stiepelita indonesia.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan Keduapuluh. ALFABETA. Bandung.
- Sutrisno, Fridayanti Ramadhani, and Mashariono Mashariono. 2020 "PENGARUH IKLAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ITEM GAME MOBILE LEGENDS PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA." Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM) 9.4 .
- Tjiptono, F. 2015 Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogy