

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembeli. *Komunikasi*.
- Ayumadany, M. (2022, Juli 31). Daya Dukung Kawasan dan Daya Dukung Rill Pada Ekowisata Sungai Mudal Banyunganti, Jatimulyo, Kulon Progo, DIY. *Dinamika Lingkungan Indonesia*, 9. doi:<http://dx.doi.org/10.31258/dli.9.2.p.90-97>
- Fachruddin, R. (2017). Pengaruh Lokasi, Suasana, Keragaman Produk, Harga dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Alamindo Perkasa, Ltd di Kota Kudus). *Management and Business*, 5.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kolter, P. d. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran, edisi 13, jilid 1* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompeten*. DKI Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J. P. (2014). *Perilaku Kosumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Petter. (2013). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Boston: Mc. Graw-Hill.
- Sandi, F. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-10.
- Tjiptono, F. (2015). *strategi pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V. &. (2013). *Service Marketing Intergrating Customer Focus Across the Firm 6*. Boston: Mc. Graw-Hill.