

DAFTAR PUSTAKA

Anita dan Muskita. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Online Shop Thy Thy) di Kota Sorong." *Jurnal BADATI Ilmu Sosial dan Humaniora* 4, 1 (2021): 42-53.

"Ada Apa dengan Gacha dalam Game?". *kaorinusantara.or.id*. 15 November 2016. 18 November 2022.
<https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/54957/opini-ada-apa-dengan-gacha-dalam-game/>

Bakhtiar, et al. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Nindy Pernak Pernik Pangkalan Bun." *Jurnal Magenta* 8, 2 (2020): 87-92.

Barus dan Silalahi. "Pengaruh Promosi Media Sosial dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Café Abdullah Lubis Medan." *Jurnal Manajemen* 21, 1 (2021):1-15.

Buchari, Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Effendy, et al. "Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 8, 2 (2021): 107-116.

Ekasari, Novita. "Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi." *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora* 16, 2 (2014): 81-102.

Fandiyanto, et al. "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga, dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Danbo Secara Online."

Febrianoor, et al. "Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie Bubble di Banjarmasin Yang Dimediasi Minat Beli." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 11, 1 (2022): 66-74.

Ferdian dan Ali. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Soka Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kaos Kaki Halal." *Jurnal e-Proceeding of Management* 08, 5 (2021): 7145-7155.

Fredik dan Dewi. "Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 07, 2 (2018): 84-88.

"Genshin Impact Wins 2020 TapTap Game of the Year Award". Sportskeeda.com. 31 Januari 2021. 12 November 2022. <https://www.sportskeeda.com/esports/genshin-impact-wins-taptap-game-year-2020-award>.

- Hasbiyadi, et al. "Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada PT. Sungai Saddang Sejahtera." *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen & Akuntansi)*, XXII (2017): 57-64.
- Herawan dan Rachman. "Pengaruh Nilai Virtual Item Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item dalam Game Online PUBG Mobile." *Jurnal INOBIS Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 5, 1 (2021): 1-12.
- Husein, Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Japlani, Ardiansyah. "Pengaruh Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik di Kota Metro Lampung." *Jurnal Manajemen* 14, 2 (2020): 168-177.
- Khristiana dan Octaviani. "Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Online Shopping Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta." *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan* 6, 1 (2019): 29-36.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Anita. "Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Missyshop Official di Kota Makasar." Skripsi, Universitas Muhammadiyah, 2020.

- Lukito dan Fahmi. “Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa.” *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi* 1, 2 (2020): 90-95.
- Nur, Indriantoro, dan Supomo. (2013) *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Pamungkas dan Zuhroh, “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang).” *Jurnal Komunikasi X*, 02 (2016): 145-160.
- Saptutyningsih, Endah dan Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian Kuantitatif: Metode dan Alat Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Simamora dan Celeste. “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara).” *Jurnal Akuntansi Manajerial* 2, 2 (2017): 24-36.
- Sugiharto dan Nurhayati. “Pengaruh Reputasi dan Online Customer Review Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pengunjung Tokopedia).” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 11, 2 (2021): 1-13.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tarigan, Roy Marthin. “Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian.” Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2014.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.