

## SUMBER REFERENSI

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2), 1–9.
- Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Café , Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe ). *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 15–25.
- . (2020). Reinventing Potensi Generasi Millennial di Era Marketing 4.0. In ... *Pada: Https://Repository. Unimal. Ac. Id ...* <https://repository.unimal.ac.id/7014/1/1>. Buku Hasil Penelitian 2020%0Areinventing Marketing .-Lengkap Cetak Sefa BP -.pdf
- Adnan dan Aiyub. (2020). *Reinventing Potensi Generasi Millennial Di Era Marketing 4.0*. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Amirulmukminin, R. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Karakteristik Konsumen dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy Di Kota Bima. *jurnal of student research* , 430-446.
- Anggraeni, L. (2022) Ekonomi, F., Islam -Uin, B., Thaha, S., & Jambi, S. (n.d.). Implementasi Pemasaran Gelombang Baru Strategi 4.0 Di Bank Syariah Indonesia Implementation of the New Wave Marketing 4.0 Strategy At Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 120–130. <https://www.bi.go.id/id/statistik>
- AR, K. (2016). Pengaruh Harga, lokasi Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner Dan Strategi* , 916.
- Ariana. (2020). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Klinik Kecantikan D'Anggel. *MF. Ardiani*, 1.
- Aripratama, C. (2022). Prinsip 5a Dalam Strategi Marketing 4.0. *Retrieved from Metamorphosys*.
- Budiarto, J., & Pancaningrum, E. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.370>
- Chalirafi. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 12(2), 87–98.
- Chen, T., Samaranayake, P., Cen, X. Y., Qi, M., & Lan, Y. C. (2022). *The Impact of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: Evidence From an Eye-Tracking Study. Frontiers in Psychology*, 13(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>
- Christine, R. B. L. N. (2019). Analisis Pengaruh Sense, Feel, Think, Act, Dan Relate Terhadap Customer Loyalty Ami Salon Di Kota Palembang. *Jurnal Stie*, 10.

- Danul, M. G. (2024). Menggali Lebih Dalam Tentang Scoopy Kelemahan Honda Scoopy Yang Perlu Diperhatikan Sebelum Membeli. Didapatkan dari Vagansa.com.
- Darwin, M., & Sefudin, A. (2020). Perbandingan Teori Disrupsi Pada Marketing Di Era. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 25–39.
- Dores, O. J., Bustami, Y., & Ana, R. M. M. (2019). *The Influence of Digital Marketing and Brand Awareness on Increasing Brand Image and its Impact on Purchasing Decisions*. *Jurnal Pengkajian Ilmu Dan Pembelajaran Matematika Dan IPA IKIP Mataram*, 7(1), 10–16. <https://doi.org/10.33394/j-ps.v1i1i.6594>
- Ghozali. (2022). Kompetensi dan stres kerja pengaruhnya terhadap kinerja pegawai. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(4), 768–778.
- Hasdiana, U. (2018). *Influence of Promotion Through Social Media Instagram, Brand Awareness, Brand Equity, Brand Loyalty to Purchasing Decisions*. In *Analytical Biochemistry (Vol. 11, Issue 1)*.
- Jamil, R. A., Ul Hassan, S. R., Farid, A., & Ahmad, N. (2017). *Investigating the impact of consumer values and advocacy behavior on buying decision satisfaction: A study through gender lens*. *Management Science Letters*, 7(4), 185–196. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2017.1.001>
- Khairina AR, N. J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumwe ). 9, 1–5.
- Matušinská, K., & Stoklasa, M. (2022). *The appeals and level of involvement influencing purchasing decision*. *Management and Marketing*, 17(3), 234–254. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0013>
- Rathod, K. (2023). *Purchasing Decisions in Terms of Perceived Quality and Product Knowledge towards Electrical Products*. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods*, 11(06), 1732–1736. <https://doi.org/10.56025/ijaresm.2023.2206231313>
- Warayuanty, W., & Suyatno, A. (2015). *The influence of lifestyles and consumers attitudes on product purchasing decision via online shopping in Indonesia*. *European Journal of Business and Management*, 7(8), 74–80. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/20944>
- Indah Kencana Putri, L. P. (2019). Perilaku Konsumen Pengguna Instagram di Era Marketing 4.0. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 20. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4>.
- Jusmanyah, M. (2020). Analisis Pengaruh *Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over dan Return On Equity* Terhadap Harga Saham. *Ekonomika dan Manajemen*, 179-189.
- Ko, J. (2024). Mengenal konsep 5A, *Brand Advocacy Ratio serta Purchase Action Ratio*. Retrieved from *simplidot*.
- Mariyudi (2021). Materi 8 Populasi dan Sampel

- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Matušínká, K., & Stoklasa, M. (2022). The appeals and level of involvement influencing purchasing decision. *Management and Marketing*, 17(3), 234–254. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0013>
- Maulina Nailissyifa, S. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Persepsi Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal JOBS* , 2467-8790.
- Nugroho Edie Santoso, K. J. H. (2022). Dampak Atribut Produk, Virality, Dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk.4, 1362–1372.
- Nurul Azmi, C. T. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tia Azka Grosir Dan Eceran Di Kota Lhokseumawe. *VISIONER DAN STRATEGIS* , 1-9.
- Prastya, M. (2021). *Daftar* Honda Scoopy terbaru, Warna-Warnanya Makin Genit. Didapatkan 2024, daripada Carmudi Indonesia.
- Purnomo, A. M. (2022). *Social Factors and Social Media Usage Activities on Customer Path 5A Continuity Due to E-Marketing Communication*.*International Journal of Social Science and Business*, 7(1), 11–24. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i1.46701>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Stocks, N. (2016). Pengaruh *Sense, Feel, Think, And Act* Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Pada Mahasiswa Stie Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta. 1–23.
- Suriyok, I. (2022). Pengaruh Merk, Fitur, Harga, Garansi Dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smarthphone (Studi Pada Pengguna Samrthphone Redmi Di Desa Spande, Kecamatan Rembang). 1–12.
- Syana, A. B. (2020). Manilik Evolusi Era Marketing 1.0 Hingga 5.0. Didapatkan dari Marketeers.
- Wibowo, S. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan *Brand Experience Dan Customer Engagement* Sebagai .... *Jurnal Strategi Pemasaran*.