

## DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Kaskus*. Skripsi. Semarang: Program Sarjan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). *Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry*. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Aripin, Z. 2021. *Marketing Management*. Sleman: Deepublish
- Assauri, Sofyan, 2013, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Batee, M. M. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Et.al, H. E. (2021). *Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products*. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672–3678. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1648>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing : Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*. [https://www.aucd.org/docs/webinars/30\\_Minute\\_Social\\_Media\\_Marketing.pdf](https://www.aucd.org/docs/webinars/30_Minute_Social_Media_Marketing.pdf)
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)*. *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Mahmudah, L. S. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Warung Toko Kopi Epidemi Kediri)*. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Kotler, A. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, A. (2017). *Principle Of Marketing*. New York: Pearson Education Limited.
- Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen pemasaran jilid I, alih bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A.Rusli, dan Benyamin Molan*, edisi millennium, Jakarta: Prenhallindo.

- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, H. H., Syarif, N., & Supriadi, Y. N. (2022). *Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hito Coffee Bekasi*. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 260–272. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.91>
- Nuraini A, 2019 “*Pengaruh Media Sosial dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Sarang Madu Murni dan Pengelolaan Media Sosial di Sarang Madu Murni*”, Skripsi pada Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta,
- Prakoso, C., & Budiono. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Ayam Geprek Juara di Rawamangun*. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 1334–1340.
- Ratih Hurriyati, 2015, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Rudianto, A. (2018). *Pellet Kayu Energi Hijau Masa Depan*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Sugianto Putri, C. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Banyumedia Publishing.