

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsanulchuluqi, Ach. R. (2017). *Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Bengkel Uq Jaya Mobil)* [Skripsi]. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pgri Dewantara Jombang.
- Ajzen, I. (2011). The Theory Of Planned Behaviour: Reactions And Reflections. In *Psychology And Health* (Vol. 26, Issue 9). <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alontari, Y. (2017). *Analisis Semiotika Iklan Susu Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang Di Televisi*. Universitas Pasundan.
- Budur, A., & Alhamid, T. (2019). *Resume: Instrumen Pengumpulan Data*.
- Chandra, S. S., Worang, F. G., & Samadi, R. L. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Strategi Perekrutan Student Ambassador Pada Promosi Layanan Cicil.Co.Id Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 11(4), 280–293.
- Handoko, H., Simanjorang, M. I., Stephani, L., Yudistira, G. B., Hetty, C., Studi, P., Informasi, S., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2019). Dampak Iklan Di Media Sosial Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa. *Proceeding Sintak 2019*, 3.
- Herawati, H. (2020). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Dan Celebrity Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli. *Journal Of Management Pemasaran*, 53(9).
- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah Melalui Media Sosial Pada Salah Satu Universitas Di Karawang Jawa Barat. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), 203–212. <http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba*, 9(3).
- Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2018). *Komunikasi Kesehatan : Sebuah Pengantar Komprehensif* (Pertama). Prenadamedia Group.
- Koli, N., & Galih, K. D. A. P. G. (2023). Konten Instagram Dan Daya Tarik Iklan Real Men Nivea Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal Ikraith-Humaniora*, 7(2), 177–187. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/archive>

- Krisnawati, R. M., A, A. N. Q. N., & J, J. A. V. (2023). Analisis Iklan Sirup Marjan Dalam Mendapatkan Atensi Publik. *Prosiding Seminar Nasional*, 720–731.
- Kristiani, N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sd Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1), 91–118.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing Umkm Di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *The Asian Journal Of Technology Management*, 15(1).
- Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31–40. Www.Kominfo.Go.Id
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla*. 6(1), 139–154. <https://Journal.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Miraipg>.139
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake The Effect Of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Of Bandung Kunafe Cake. *E-Proceeding Of Management*, 5(2), 2577–2583.
- Noviati, R., Misdar, M., & Adib, H. S. (2019). Pengaruh Lingkungan Belajar Terhadap Tingkat Konsentrasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akidah Akhlak Di Man 2 Palembang. *Jurnal Pai Raden Fatah*, 1(1), 1–20.
- Nurjannah, F. (2023). *Lembar Pengesahan Skripsi Pengaruh Theory Planned Behavior (Tpb), Religiusitas, Pengetahuan Dan Service Convenience Terhadap Proses Keputusan Masyarakat Solok Sumatera Barat Menjadi Nasabah Bank Syariah* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Oktavia, R., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Brand Trust Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(2), 666–680. Www.Jurnal.Umb.Ac.Id
- Pebrina, E. T., Sasono, I., Hutagalung, D., Riyanto, R., & Asbari, M. (2021). Adopsi E-Commerce Oleh Umkm Di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4426–4438. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 13–17.

- Refilia, D. N., Suharto, & Pahlawi, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 4(1), 11–18.
- Saling, & Zakaria. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. *Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(1), 1–10.
- Sari, L. E., & Hadikurniawati, W. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Skincare Untuk Kulit Wajah Menggunakan Metode Decision Tree (Studi Kasus Pada Kosmetik Wardah). *Proceeding Sendiu*, 282–288.
- Siagian, A. O., & Martiwi, R. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44–51. [Http://Www.Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jpk](http://Www.Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jpk)
- Sigit, M. (2018). The Influence Of Advertising And Brand Attitude On Purchasing Interest Mediated By Brand Awareness (Case Study On Citra Bath Soap In Yogyakarta City). *Kne Social Sciences*, 3(10). <https://doi.org/10.18502/Kss.V3i10.3382>
- Sijoen, A. E., Hutagalung, M., Sirait, E., Sufa, S. A., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.37034/Infec.V6i1.823>
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Indah Azzahra. (N.D.). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*. Universitas Medan Area Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sultannudin, & Situmaeng, I. V. O. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Iklan Di Instagram Terhadap Minat Beli Produk Ibox Indonesia. *Ikraith-Humaniora*, 8(1), 75–84. <https://doi.org/10.37817/Ikraith-Humaniora.V8i1>
- Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo Di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat). *Prologia*, 5(1), 60–66.
- Vildayanti, R. A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 247–272. [Http://Ojs.Unik-Kediri.Ac.Id/Index.Php/Jimek](http://Ojs.Unik-Kediri.Ac.Id/Index.Php/Jimek)
- Wagiyem, & Sekartaji, R. G. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Followers Instagram Batik Ellyda Store. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 62–74.

Widyasari, N. M. I. (2022). *Pengaruh Desain Produk, Kelompok Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Mobil Honda Brio Pada Pt. Cokroaminoto Sari Motor Di Denpasar*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.