

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., & Kurniawan, F. (2018). Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 3.
- Elvira, N., Susanti, N., & Rasyid, A. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Kuliner UMKM. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 2(1), 68–80. <https://doi.org/10.57251/multiverse.v2i1.967>
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *EMBISS*, 1(2), 126. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Gunelius, S. (2011). *30-MINUTE SOCIAL MEDIA MARKETING*. McGrawHill.
- Hana, A. (2021, May 29). *Jurus Adhitya Caesarico Dongkrak Penjualan Aerostreet*. SWA. <https://swa.co.id/read/309947/jurus-adhitya-caesarico-dongkrak-penjualan-aerostreet>
- Herdiyani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121.
- Hermila, A., Ashari, S. A., Bau, R. T. R. L., & Suhada, S. (2023). EKSPLORASI INTENSITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA (STUDI DESKRIPTIF PADA MAHASISWA TEKNIK INFORMATIKA UNG). *Inverted: Journal of Information Technology Education*, 3(2).
- Ikhsani, A. A., & Saputra, D. I. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26.
- Juharsah, H. (2022). The Influence of Social Media Marketing On Purchase Decisions. *International Journal of Management and Education in Human Development*, 02(03), 573–577.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management* (13th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., & ARMSTRONG, G. (2005). *FOURTH EUROPEAN EDITION Principles of Marketing* (FOURTH EUROPEAN EDITION, Ed.). Pearson Education Limited.
- Latif, N. (2023, December 12). *12 Rekomendasi Merk Sepatu Sneaker Lokal Terbaik (Terbaru 2024)*. CekList.Id. <https://ceklist.id/16137/sepatu-sneaker-lokal-terbaik/>

- Marbun, S. (2023). PENGARUH TOP OF MIND, BRAND RECALL, DAN BRAND RECOGNITION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SAYURBOX BALI. *Journal Research of Management*, 5(1), 83–101.
- Mathory, E. A. S., & Syahna, S. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 105–119.
- Mustika, I. W. W., & Maulidah, S. B. J. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 7–12.
- Mutia Annur, C. (2024, March 1). *10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet* di Indonesia (Januari 2024)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 741. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v08.i02.p19>
- Nurizzati, Y. (2018). Dampak penggunaan teknologi informasi dan komunikasi terhadap perilaku sosial siswa di MAN 2 Kuningan. *Edueksos Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 7(2).
- Palda, A. I., Iisnawati, I., & Yunita, D. (2024). Pengaruh Content Creation, Content Sharing, Connecting dan Community Building terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3D Stable Equestrian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 100–112.
- Paul Peter, J., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (Ninth Edition). McGraw-Hill .
- Putra, R. A., & Doddy, I. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 141–148. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3128>
- R. Solomon, M. (2019). *Consumer behavior : buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Ramli, R., Nuryati, R., & Widi, R. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Pada Sayur Fresh Tasik. *Seminar Nasional Fakultas Pertanian*, 6(1).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Edition). Pearson Education.
- Sugiyono. (2021a). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono* (3rd ed.). Alfabeta.

- Sugiyono, Prof. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. ALFABETA.
- Sugiyono, Prof. D. (2021b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cetakan ke-3). Alfabeta.
- Supriyatna, I. (2023, December 25). *Aerostreet dan Erigo Tembus Rekor Penjualan Lewat TikTok Saat 12.12*. Suara.Com.
<https://www.suara.com/bisnis/2023/12/25/164028/aerostreet-dan-erigo-tembus-rekor-penjualan-lewat-tiktok-saat-1212>
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Bloomsbury Academic. <https://books.google.co.id/books?id=ScdF1-vHvHwC>
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Pustaka Setia.
- Zakaria, M. A., Ibrahim, I., & Utami, Y. (2020). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survey online pada Mahasiswa Manajemen UPN Veteran Yogyakarta yang Membeli Produk Sepatu Adidas Menggunakan Instagram). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Online Pada Mahasiswa Manajemen UPN Veteran Yogyakarta Yang Membeli Produk Sepatu Adidas Menggunakan Instagram)*, 566–575.