

DAFTAR RUJUKAN

- Anam, dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 4(1), 120–136.
- Akdon, Riduwan. 2011. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Angipora. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Arianty, N., & Julita. 2019. *The Impact of Social Media Use on SME Progress*. *Journal of International Conference Proceedings*, 2(3), 176–182.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti. 2021. *Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian*. (Studi Kasus pada Gallery Umma Laily). Skripsi. Politeknik Harapan Bersama.
- Bete'e. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. Malang. *Jurnal Ekonomi dan Syariah*. Vol.2, No.2.
- Devi, L. K. I. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)*. Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States (US): McGrawHill Companies.
- Habibah & Sumiati. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura”. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol.1, No.1, HAL 31-48.
- Humariah & Haryanti. 2021. “Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuikaa Shop Bima”. Nusa Tenggara. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol.7, No.2.
- Hendro. 2014. Teknologi dan Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol.3, No.1, HAL 13-24.

- Irawan, Immanuel. 2020. Analisis E-Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*. Vol. 9, No. 2.
- Indriyani, Ratih. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. Diakses pada http://repository.petra.ac.id/18687/1/Publikasi1_02027_6049.pdf (diakses tanggal 15 November 2022).
- Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3, September 2013: 1252-1259.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan K. L. Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13, alih bahasa Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: *Pearson Education*.
- Lubis. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara*. Skripsi. Medan : Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara.
- Mashud, Nur, dan Patyawati. 2020. Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian *online* mahasiswa Universitas Haku Oleo. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi*. Vol.4, No.1.
- Massie. 2016. Pengaruh Media Sosial, Email, dan Media Wom Elektronik terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Toko Busana *online* Zalora. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*. Vol.4, No.2.
- M.Hufron. 2019. Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Warung Siji House dan Resto Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol. 8, No. 13.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Padmalia. 2016. Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Terang Bulan-Martabak 93. *Jurnal Enterpreneur dan Enterpreneurship*. Vol.5, No.1.
- Pamungkas. 2016. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*. Vol.10, No.2.
- Paramita. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Tesis. Ekonomi S-1, Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Purwati, dan Rohmawati. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. Politeknik Negeri Sriwijaya. 2(3).
- Putri. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(5).
- Safitri. 2020. *Pengaruh iklan media sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mandiri Tuna Tahu Pak Ran Pacitan*. Skripsi. Jawa Timur: Institut Agama Islam Negeri Ponogoro.
- Setiawati. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Shinta, Agustina. 2011. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengairan. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*.
- Shirky. 2008. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten*. Dalam Yuzy Akbari Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.
- Siregar.(2018). Pengaruh Periklanan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (*Study* pada Konsumen Nasi Goreng Mafia di Kota Bandung). *eProceeding of Management*. Vol.5, No.1.
- Suandry. 2019. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia, *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4 (1), 43-51.

- Suandy, N. (2017). Media sosial pengaruh perilaku konsumen. Tajuk Berita Satu. Diakses pada <http://www.beritasatu.com> (diakses tanggal 15 November 2022).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*, Cetakan I, Yogyakarta Gava Media.
- Thoyibie, L. 2010. Psikologi Social Media. Diakses pada <http://komunikasi-indonesia.org> (diakses tanggal 15 November 2022).
- Tjiptono, 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi:Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tri Wahyuni. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI KEDIRI*. Skripsi. UN PGRI Kediri.
- Wicaksono, A. 2017. Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri pada PT X di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*. 1(2), 106-112.
- Wirawan. 2010. *Konflik dan manajemen konflik (Teori, aplikasi, dan penelitian)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Qadarwati. 2018. Pengaruh Media Sosial terhadap Omzet Pembelian Handphone di Outlet Central IT Gresik. *Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)*. Vol.7, No.1.