

DAFTAR RUJUKAN

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
- Arianto, N., & Dewi, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian*. 4(2), 98–107.
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Ayuwardani, Ri. P. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *JURNAL NOMINAL*, VII(1).
- Databoks.katadata.co.id, 2019, Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia, <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Universitas Diponegoro
- Fitriyani, F. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing, E-Wom dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Perusahaan Investasi. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 35. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.35-49>
- Huwae, Karien, M. M., Moniharapon, S., & Worang, F. G. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Avenue Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3160–3169.
- Ilmu, F., Institut, A., Sosial, I., & Manajemen, D. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN Abdul Gofur*. 4(1), 37–44.
- Jatmiko, L D., 2020, APJII: 196,7Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet, <https://m.bisnis.com/amp/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-jutawarga-indonesia-sudah-melekinternet>.

- Kotler, P. (2007) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta : PT INDEKS Kelompok Gramedia
- Kinkin Suartini. (2013). *Pengaruh Metode Mind Mapping Terhadap pemahaman mahasiswa dalam membuat kerangka berpikir pada penyusunan proposal penelitian*. 1(1), 415–420.
- Komputer, J. I., & Jikem, M. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*. 2(1), 923–926.
- Kurnia, N. A., Susnita, T. A., & Manajemen, P. S. (2023). *Pengaruh Social media marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada ud*. 2(2), 51–60.
- Kodu, S., & Produk, K. (2013). *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. 1(3), 1251–1259.
- Lidya, V., & Dkk. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran de ' cost giant Pamulang Square Tangerang Selatan*. 3(5).
- Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>
- 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.
- Mileva, D. N. (2019). Pengaruh Social Media Marketing dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 446–452.
- Mutiaraajati, D. (2022). Pengaruh social media marketing, kualitas pelayanan, dan brand awareness terhadap peningkatan jumlah calon trader. *Jurnal Ganrshwara*, 2(2).
- Noviyana, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. I. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 9–25.
- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta*. IV(2), 60–69.

- Rulli Nasrullah (penulis) ; Nunik Siti Nurbaya (editor). (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi / penuli, Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. ; editor, Nunik Siti Nurbaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017 : Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2006). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (-)*. Bandung: Alfabeta.
- Sania, S., & Mariah. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng. *Streaming Jurnal Manajemen*, 1(1), 45. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/streaming/article/view/233>
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement : Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita*. 6(1).
- Taan, H., & Dkk. (2021). *Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image Abstrak*. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tugiso, D. (2016). Pengaruh relationship marketing, Keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 1–18. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/558/543>
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *I(4)*, 607–618.
- Wibasuri, A., Tamara, T., & Adi Sukma, Y. (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Online Shopee. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, 68–78.
- Yudanto, R. A., & Wediawati, T. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labricca.Id. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 148. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3877>