

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Aji, R. B. H., Welsa, H. and Kurniawan, I. S. (2019) 'Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Social Media Product Browsing Dan Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta', *Manajemen Dewantara*, 3(2), pp. 262–276.  
<https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/6024/2707>
- Alfarizi, M. I. (2021) 'Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Sdm Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Indopangan Sentosa)', (1117081000040).
- Andriani, D. And Suci, R. P. (2023) 'Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Dimediasi Minat Beli ( Studi Pada Generasi Milenial Malang )  
<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/404/359>
- Apriyanti, A. G. and Busyra, N. (2023) 'Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Waroeng Pak Muh Cijantung', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), pp. 1733–1746.  
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/3271/1496>
- Batee, M. M. (2019) 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), pp. 313–324.  
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/108/65>
- Darmawan, A. And Prabawani, B. (2020) 'Pengaruh Promosi Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Cicil.Co.Id Di Kota Semarang)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), Pp. 1–10.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/27223/23822>
- Feroza, C. S. and Misnawati, D. (2021) 'Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan', *Jurnal Inovasi*, 15(1), pp. 54–61.  
<https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/2204/1106>
- Hutri, E. D. and Yuliviona, R. (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening', *Abstract of Undergraduate Research*,

*Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2), p.  
<https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/20165>

Kurnia Hasana, S. A. And Mildawati, T. (2020) ‘Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening’, *Bandung: Alfabeta*, 5(1), Pp. 7–20.  
<https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf>

Latief, A. (2018) ‘Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)’, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), pp. 90–99. <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/756/611>

Louis, A. *et al.* (2023) ‘Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Panca Asri Sentosa’, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(1), pp. 1–15.  
<https://jurnal.itscience.org/index.php/jebma/article/view/3114/2358>

Lubis, R. A. and Khairani, N. (2019) ‘Analisis Jalur Model Trimming Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Oli Yamalube’, *Karismatika*, 5(3), pp. 41–50.  
<https://jurnal.itscience.org/index.php/jebma/article/view/3114>.

Lukito, W. A. and Fahmi, D. L. (2020) ‘Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa’, *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), pp. 90–95.  
<http://www.djournals.com/arbitrase/article/view/105>

Maroah, W., Yekti, A. And Nalinda, R. (2023) ‘Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Wedang Uwuh Di Cv Salama Nusantara’, *Agrita (Agri)*, 5(2), P. 92.  
<https://jurnal.unsur.ac.id/agrita/article/view/3554/2784>

Minarsih, M. M. (2019) ‘Strategi Perusahaan dalam Penanganan Berkurangnya Fokus Pegawai di Kecamatan Gunungpati’, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), pp. 149–166. Available at:  
<http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/197/181>.

Nanda, R. *Et Al.* (2019) ‘Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli’, 7, Pp. 409–423.  
<https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/2862/pdf>

Nasution, R., Nasution, Z. and Fitri Nasution, M. (2022) ‘Pengaruh Promosi

- MediaSosial Instagram Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Wilda Collection Rantauprapat', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 5(1), pp. 115–121.  
<https://jurnal.murnisadar.ac.id/index.php/EKBI/article/view/484/282>
- Pahlawan, M. B., Welsa, H. and Wiyono, G. (2023) 'Analisis Fanatisme Suporter dan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Persebaya Store dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), pp. 3062–3073.  
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/2768/2209>
- Puspitarini, D. S. and Nuraeni, R. (2019) 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Common*, 3(1), pp. 71–80.  
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>
- Rena Puspitasari (2023) 'Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung', *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), pp. 1–9. <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/view/257/85>
- Rofiudin, M., Shabry, M. and Juniarsa, N. (2022) 'Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya', *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 19(2), p. 2022.  
<https://jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id/index.php/inspirasi/article/view/3681/1435>
- Rozikin, M., Harmini, F. P. and Wiradita, A. (2020) 'Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Perguruan Tinggi (Studi pada Universitas Negeri Malang)', *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 5(2), p. 129.  
<https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/8213/6487>
- Sariyanti, S., Tulhusnah, L. And Soeliha, S. (2022) 'Pengaruh Harga Dan Promosi Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Rifkhasira Di Situbondo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2018)', *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 1(9), P. 1765.  
<https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2222/3279>
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P. and Meidyansyah, F. (2022) 'Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), pp. 1026–1036.  
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/1471/1409>
- Zuhri, M. A. M. And Christiani, L. (2019) 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram

Sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)', *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), Pp. 21–30. Available At:

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>.

Zulviko, A. (2023) 'Analisis Pengaruh Loyalitas Pelanggan, Persepsi Harga dan Minat Pelanggan terhadap Pemilihan Penyedia Jasa Layanan Internet (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(3), pp. 412–418.

<https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1401>.

Zusrony, E. (2021) *Perilaku Konsumen Di Era Modern*.

<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/203>

### **BUKU & E-BOOK**

Ahyar, H. *et al.* (2020) *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Available at:

<https://www.researchgate.net/publication/340021548%0ABuku>.

Ayesha, I. *et al.* (2022) *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, Pt. Global Eksekutif Teknologi. Available at:

[http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL MARKETING.pdf](http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL%20MARKETING.pdf).

Dr. Duryadi, M. S. (2021) *Metode Penelitian Ilmiah*.

[https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_907f9e363ca6694b9a81cbccf96875b699575cd1\\_1640309725.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_907f9e363ca6694b9a81cbccf96875b699575cd1_1640309725.pdf)

Hardani, Auliya Hikmatul nur , andriani Helmina , fardani asri Roushandy , ustiawati jumari, utami fatmi evi, sukmana juliana dhika, istiqomah rahmatul ria (2020) *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*.

[https://www.researchgate.net/publication/340021548\\_Buku\\_Metode\\_Penelitian\\_Kualitatif\\_Kuantitatif/link/5e952ab74585150839daf7dc/download?\\_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7InBhZ2UiOiJwdWJsaWNhdGlvbIIsInByZXZpb3VzUGFnZSI6bnVsbH19](https://www.researchgate.net/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif/link/5e952ab74585150839daf7dc/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7InBhZ2UiOiJwdWJsaWNhdGlvbIIsInByZXZpb3VzUGFnZSI6bnVsbH19)

Heryana, A. (2020) 'Hipotesis Penelitian', *Eureka Pendidikan*, (June), p. 1.

[https://www.researchgate.net/publication/341895079\\_HIPOTESIS\\_PENELITIAN?channel=doi&linkId=5ed84f2645851529453115d0&showFulltext=true](https://www.researchgate.net/publication/341895079_HIPOTESIS_PENELITIAN?channel=doi&linkId=5ed84f2645851529453115d0&showFulltext=true)

Indrasari, D. M. (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.

<http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf>

Jannah, B. P. dan L. miftahul (2021) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. Available at:

<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>.

Prasetyo Wati, A., Aulia Martha, J. And Indrawati, A. (2020) *Digital Marketing, Analytical Biochemistry*. Available At:

<https://repository.um.ac.id/1150/>

Rauf, A. *et al.* (2021) *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*, Insania.

Sholikah and Mundzir, A. (2021) *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan*. Available at:

<https://books.google.co.id/books?id=PIdZEAAAQBAJ&pg=PA169&dq=Kotler,+Philip+and+Kevin+Lane+Keller,+2011.+Manajemen+Pemasaran,+Edisi+13+Jilid+1+dan+2,+Alih+Bahasa+:+Bob+Sabran,+Erlangga,+Jakarta.&hl=id&newbks=1&newbks+redir=0&source=gb+mobile+search&sa=X&v>.

Wardhana, A. (2024) *Perilaku Konsumen Di Era Digital* Penerbit Cv.Eureka Media Aksara.

<https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/567181-perilaku-konsumen-di-era-digital-13a21d1b.pdf>

Zusrony, E. (2021) *Perilaku Konsumen Di Era Modern*.

<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/203>