

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>
- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Adi, Pramono Hari. (2014). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di jejaring sosial facebook. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBIMA)* Vol. 2 No. 2 September, Hal. 114-124.
- Andhiyani Rahmasari Putri, & Ari Susanti. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20–33. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.013.1.02>
- Anggraini, J. (2020). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karuawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Di BRI Syariah Kabupaten Jombang. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan*

- Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Dewi, R. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *eJournal Administrasi Bisnis*, 4409-423.
- Dimiyati, L., Astarina, Y., & Martini, A. N. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ayu Butik Kota Pagar Alam. *Jurnal Ekonomia*, 12(1), 20–26.
- Durianto., & Liana S. (2010). Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Faisal, F., Indra, I., & Romano, R. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(4), 63–71. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v5i4.15842>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunawan, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen UMKM Ikan Lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbabu. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Hardani et al. 2020. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu: Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno. 2000. Analisis Regresi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harmayani, & dkk. (2020). E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Hendratmoko, S. M. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word Of Mouth dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 298.
- Heru Noor Rokhmawati, H. K. (2022). Pengaruh Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Vol.11, No 1.
- Irtanti, E. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream . UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lubiana Mileva & Achmad Fauzi DH (2018), “Pengaruh Sosial Media Marketing. Terhadap Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 58 No 1*
- Mirabi, dkk .(2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: The Agencies Of Bono Brand Tile in Tehran. *Jurnal of JMEST*. Vol.2 Issue 1, (2105)
- Monica, A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra merek, Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Scarlett. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Ni Luh Julianti (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen

- Pada Toserba Nusa Permai. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 4 No. 1
- Novila Mileva, D. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Nurmin Arianto, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3, No.2.
- Nursani, Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol.8, No.9 Halaman 102–115.
- Pham, P. H., & Gammoh, B. S. (2015). Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: a conceptual model. *International Journal of Internet Marketing and Advertising (IJIMA)*, Vol. 9, No. 4, 2015, 321-337.
- Pudjoprastyono, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, Vol. 30, No.02.
- Putri, E. P. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Bayi (Studi Kasus Toko Istana Bayi Pekanbaru Riau). Pekanbaru: Universitas Islam Riau.

- Radityasari, P. Y. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike . Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma .
- Rerung, Rintho Rante. (2018). E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11(1).
- Santoso, Amanda P., et al. (2017). "Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita." Jurnal Teknik ITS, vol. 6, no. 1, 2017, pp. 217-221.
- Sarwono, J & Prihartono K, A.H. (2012). Perdagangan Online : Cara Bisnis di. Internet. Elex Media Komputindo. Jakarta. Setiadi, Nugroho
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan Seni dan Teknologi, 38-51.
- Stanton, William J dan Futrell, Charles. (2013). Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchori Alma. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabetha, CV.
- Sundawati, N. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa. *Universitas Pasundan*, 110(9),

1689–1699.

[http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5 /8.](http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8)

BAB II.pdf

Taufiq, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Honda Beat di Putra Rinjani. *Jurnal Simposium Nasional*

*Manajemen dan Bisnis*, 197.

Tjiptono, Fandy., dan Anastasia Diana (2020), *Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.

Tsitsi, E. a. (2013). The Adoption of Social Media Marketing in South Africans. *Banks.*

*European Business Review*, 25:4, 366

Tuten, L. T., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. London: SAGE.

*Publications*.

Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan dalam bisnis (3rd ed.)*. Jakarta: PT Alex. Media

*Komputido*