

DAFTAR PUSTAKA

- Adani,. 2020. *Media Sosial dan Berbagai Manfaatnya Untuk Bisnis*. Tersedia di <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/media-sosial-adalah/>
- Aditama, R.A,. 2020. *Pengantar Manajemen*. Malang : Cetakan Pertama. AE Publishing
- Adiwidjaja, dan Zeplin. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Universitas Kristen Petra. 5 (3). 1 – 3. Diakses tanggal 11-01-2023
- Aini,. 2022. *Promosi : Pengertian, Manfaat, Fungsi, Tujuan, dan Strateginya*. Tersedia di <https://glints.com/id/lowongan/promosi-adalah/#fungsi-promosi>
- Alimin,.et.al. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Nusa Tenggara Barat : Cetakan Pertama. Seval Literindo Kreasi
- Ambar,. 2017. *20 Pengertian Media Sosial Menurut ara Ahli*. Tersedia di <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Amri, S,.et.al. 2022. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Nusa Tenggara Barat : Cetakan Pertama. Penerbit SEVAL
- Anggraini,. et.al. 2020. *Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial*. Universitas Islam Negeri Raden Intan : 6 (3). 4 - 6. Diakses tanggal 29-11-2022

- Anggraini, et.al. 2017. *Pemasaran Jasa*. Terbitan Pertama : Jakad Media Publishing
- Anjarwati,. 2020. *Media Sosial : Pengertian, Jenis, Fungsi, dan Contoh*. Tersedia di <https://tekno.foresteract.com/media-sosial/>
- Arfah. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan : Cetakan Pertama. PT Inovasi Pratama Internasional
- Arif,. 2020. *Marketing Is Easy*. Jawa Timur : Cetakan Pertama. Penerbit KBM Indonesia
- Asiani, 2020. *Persuasive Copywriting Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Terbitan Pertama. Anak Hebat Indonesia.
- Bastian,. 2022. *Strategi Marketing Mix Politik dalam Pemenangan Pilkada*. Pt. Pustaka Obor Indonesia
- Budianto, Apri,. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Edisi kedua. Penerbit Ombak
- Chakti,. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Cetakan Pertama. Celebes Media Perkasa
- Christvdya,. 2020. *Pengertian Iklan, Tujuan dan Jenisnya yang Perlu Diketahui*. Tersedia di <https://m.fimela.com/lifestyle/read/4411140/pengertian-iklan-tujuan-dan-jenisnya-yang-perlu-diketahui>
- Choiriyah, dan Lailatus,. 2021. *Penerapan Strategi Pemasaran*. Jawa Timur : Cetakan Pertama. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Compas. 2022. *Sepuluh Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*.

Tersedia di <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Dewi, N. N. 2021. *Pengantar Manajemen*. Surabaya : Cetakan Pertama. Scopindo

Media Pustaka

Effendi, et.al. 2022. *Strategi Pemasaran*. Sumatera Barat : Cetakan Pertama. PT.

Global Eksekutif Teknologi

Fadilah, Iman, Nur, Aini, Kusniawati, dan Mukhtar, Abdul, Kader, 2020.

Pengaruh Reference Group Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan

Pembelian. Universitas Galuh : 2 (4). 120-123. Diakses tanggal 25-12-2022

Ferinia, et.al. 2021. *Perilaku Konsumen Kepariwisata*. Cetakan Pertama.

Yayasan Kita Menulis

Firmando, 2022. *Sosiologi Kebudayaan Dari Nilai Budaya Hingga Praktik Sosial*.

Yogyakarta : Cetakan Pertama. CV. Bintang Semesta Media

Firmansyah, et.al. 2021. *Etika Bisnis*. Cirebon : Cetakan Pertama. Penerbit Insania

Gunawan, 2022. *Keputusan pembelian Konsumen Marketplace Shopee Media*

Marketing. Terbitan Pertama. PT Inovasi Pratama Internasional

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Hafidz, et.al 2022. *Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Jawa Timur : Cetakan

Pertama. Unitomo Press

- Handayani,. 2022. *Media Sosial dan Gejala Penggunaannya*. Tersedia di <https://bunghatta.ac.id/artikel-359-media-sosial-dan-gejala-penggunaannya.html>
- Hartini,.et.al. 2021. *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung. Media Sains Indonesia dan Penulis
- Harmadji,.et.al. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa. (konsep dasar)*. Cetakan Pertama : Get Press
- Hawkins,.et al. 2000. *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Hery,. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Hidayat dan Ayu,. 2020. *8 Elemen Dasar Dalam Pemasaran*. Tersedia di <https://habibhidayat.com/8-elemen-dasar-dalam-digital-marketing>
- Hoonsopon dan Puriwat,. (2016). *The effect of reference groups on purchase intention: Evidence in distinct types of shoppers and product involvement*. *Australasian Marketing Journal*. 24 (2). 157–164.
- Husaini,.dan Happy, F,. 2019. *Dalam Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Supervisi, Pendidikan*. Universitas PGRI Palembang : 4 (1). 44 - 45. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/JMKSP/article/download/2474/2304>
- Instagram *Store MS Glow* Kawali Ciamis. Tersedia di (@msglowgrosir_kawali). Diakses tanggal 14-01-2023.

- Juliana,.et.al. 2021. *Dasar – dasar manajemen*. Jawa Tengah : Cetakan Pertama.
Nasya Expanding Management
- Kartika, Sylvia, WB,. dan Rosyid, Sidig. 2018. *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 Cc*. Dalam Jurnal Digest Marketing. Vol 3 (1). 33-35. Diakses tanggal 28-11-2022
- Kasali,. 2007. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Pustaka Utama Grafiti
- Kasmir,.dan Jakfar. 2015. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta : Terbitan Pertama. Pranada Media
- Kholidah,. dan Muhammad Arifriyanto. 2020. *Faktor – faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Terbitan Pertama. Penerbit NEM
- Kotler, P. 2014. *Principle Of Marketing (15th Edit)*. Pearson.
- Kotler,.dan Keller. 2009. *Marketing Management 13th ed*. New Jersey : Pearson Education, Inc
- Kotler,.dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran(13th ed.)*. Erlangga.
- Kotler,.dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke-12. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kurniawan, Ryan,.dan Riki, Matahari,. 2022. *Pengaruh Service Quality Dan Reference Group Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Lotte Mart*. Universitas Widyatama : 4 (9). 3830-3832. Diakses tanggal 14-11-2022

Manurung,. 2020. *Penggunaan Media Sosial Dan Teknologi Yang Efektif Di Desa.*

Bandung. Widina Bhakti Persada

MS Glow. 2022. Official Website. Tersedia di <https://msglowid.com/about>

Musfar,.2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai*

Materi Pokok

Nurhaliza,. 2022. *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap*

Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Di Bandar Udara Ahmad

Yani Semarang. Jurnal *Flight Attendant* Kedirgantaraan. 4 (1). 82 – 94.

Diakses tanggal 14-11-2022

Octavia,. 2019. *Pengaruh Reference Group Dan Brand Personality Terhadap*

Keputusan Pembelian. Universitas Sanata Dharma. Tidak diterbitkan.

Puspita Sari Wayan Eka dan Ni Made Suci,. 2022. *Pengaruh Gaya Hidup dan*

Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion

Melalui E-Commerce Shopee. Universitas Pendidikan Ganesha. 5 (2). 129

– 134. Diakses tanggal 14-11-2022

Putra, A.R. 2014. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan, Persepsi*

Kemanfaatan, Citra Merek Pada Media Sosial Twitter Terhadap

Pembentukan Brand Awareness. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Diponegoro. Diakses tanggal 14-01-2023

Prajarini,. 2020. *Media Sosial Periklanan Instagram.* Sleman : Cetakan Pertama.

Deepublish

- Pramudi, R. Y. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal*. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, 15(2), 280-301. 15-12-2022
- Prasetyo, . 2016. *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Casual*. Universitas Kristen Satya Wacana. Tidak diterbitkan
- Qamariyah, dan Sufyani, . 2021. *Pemasaran Online Pada Instagram Ads Dan Facebook Ads*. Jawa Timur : Cetakan Pertama. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
- Rachmadi, . 2020. *The Power Of Digital Marketing*. Terbitan Pertama. TIGA Ebook
- Rauf, et.al. 2021. *Digital Marketing Konsep dan Strategi*. Cirebon. Penerbit Insania.
- Richadinata, Putra, Riyan, Kadek dan Ni Luh Putu Surya Astianti. 2021. *Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional*. Universitas Bali Internasional : 10 (2). 201-206. Diakses tanggal 14-12-2022
- Rinnanik, et.al. 2021. *Ilmu Manajemen Di Era 4.0*. Indramayu : Cetakan Pertama. Penerbit Adab
- Rionaldy, Muhammad dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana. 2019. *Pengaruh Iklan Media Televisi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Telkom : 6 (1). 1145-1146. Diakses tanggal 28-11-2022

Riyanto,.2022. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*.

Tersedia di <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Rumondang,.et.al. 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yayasan Kita Menulis

Rohman,. 2017. *Pengaruh Iklan Media Sosial Facebook (FB) dan Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak diterbitkan

Safitri,. 2020. *Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eza Mandiri Tahu Tuna Pak Ran Pacitan*. Skripsi pada program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo. Tidak diterbitkan

Saputra,.et.al. 2020. *Digital Marketing Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Cetakan Pertama. Yayasan Kita Menulis

Sawhani. 2021. *Keputusan Pembelian Online : Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya : Cetakan Pertama. Scopindo Media Pustaka

Shinta, A,. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Malang :Universitas Brawijaya Press (UB Press)

Sianturi,.et.al. 2012. *Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Blackberry*. Universitas Jambi. 1 (2). 127 – 128.

Diakses tanggal 14-01-2023

- Sisca,.et.al. 2021. *Pemasaran Dasar Dan Konsep*. Cetakan Pertama. Yayasan Kita Menulis.
- Sudarsono, H,. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur : Cetakan Pertama. Pustaka Abadi
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Suhardi,.et.al. 2022. *Pengantar Ilmu Manajemen (Teori dan Implementasi)*. Serang Banten. Sada Kurnia Pustaka
- Sumarwan,. 2017. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Suryani,.et.al. 2019. *Buku Ajar Perilaku Organisasi*. Bandung : Cetakan Pertama. Nilacakra Publishing House
- Tanjung,.et.al. 2022. *Pengantar Manajemen Modern*. Cetakan kesatu. Yayasan Kita Menulis

- Thabroni,. 2022. *Digital Marketing: Pengertian, Tugas, Jenis, Manfaat, Perbedaan & Indikator*. Tersedia di <https://serupa.id/digital-marketing-pengertian-tugas-jenis-manfaat-perbedaan-indikator/>
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. yogyakarta: Andi.
- Utami,. 2022. *Strategi, Fungsi dan 8 Tujuan Digital Marketing*. Tersedia di <https://bamahadigital.com/tujuan-digital-marketing/>
- Wangsa,et.al. 2022. *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Jawa Tengah : Cetakan Pertama. Penerbit Lakeisha
- Warsito, et.al. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*. Malang : Cetakan Pertama. CV. Literasi Nusantara Abadi
- Widiyanti, Wiwik. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox*. BSI Jakarta : 17 (1). 44-49. Diakses tanggal 28-11-2022
- Widhayani,. 2020. *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan, dan Poster*. Sukoharjo : Cetakan Pertama. Yayasan Hidayatul Mubtadi'in (HM Publisher)
- Wijaya A.,et.al.2021. *Ilmu Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi)*. Yayasan Kita Menulis
- Winarso,. 2015. *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya*. Tersedia di <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-instagram>

Yuniarti, Kartika,. dan Abdus Somad. 2018. *Pengaruh Reference Group Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Konsumen Produk Kecantikan*. Dalam *Journal Of Management and Business Review*. 15 (1). 144 – 147. 14 hlm.
<https://www.researchgate.net/publication>

