

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Yusuf. (2022). Fungsi manajemen: Pengertian, tujuan, dan jenisnya. *Birilio.net*.
- Agustin, E., & Amron, M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. WIDINA MEDIA UTAMA.
- Aliffa, S. P., & Wardani, S. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada J.Co Donuts & Coffee Ramayana Mall Kota Serang*. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 189–199.
- Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Onlline dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM)*.Bengkulu:Institut agama islam negeri Bengkulu.
- Arman, P. N. (2022). *Perencanaan dan Strategi Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Arfah. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian*, 1(1).
- Aurinawati, S. D. (2019). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. (*Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Burns, E. (2018). *Influencer marketing*. Kogan Page Publishers.
- Damayanti, R., Budi, A., & Triandi, B. (2021). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(4), 853–864.
- Doli, Y. I., Saragih, A. M., Wiana, D., Tarigan, J.S., & Sari, D.C. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop Makecants. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 447-496.
- Enas, Ading, R.S., Irma, D.B., & Asep, B.T.(2025). *Manajemen Kreativitas dan Keinovasian*. Cipta Media Nusantara
- Evelina, N., Yuniarti, Y., & Hasti, A. T. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-commerce*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 79–89.
- Feky Reken, et., al (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang. CV Gita Lentera

- George. R.Terry (2023). Teori Manajemen. Kota Baru. Yayasan Pendidikan Cendikia Muslim
- Gobey, T. E., Tumbel, A. L., & Kawet, L. (2016). Analisis Pengaruh *Social media marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Gunistio, et.al (2023). Strategi Pemasaran. Tegal. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Haudi, H., et al. (2022). Digital promotion, storytelling, and price perception in nfluencing local consumer buying interest. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 45–56.
- Herman, H., Hidayat, R., Algifari, M., & Sazili, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–10.
- Hendra Poltak, et., al (2021). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Kota Bandung. Media Sains Indonesia dan Penulis
- Helin, & Fadli, M. (2025). Pengaruh *social media marketing* dan customer experience terhadap customer loyalty pada Kedai Kopi Yong Bengkalis Pekanbaru. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 300–314.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98-102.
<https://www.jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN/article/download/109/92>
- Kesuma, M., Fitria, D., & Al Umar, A. U. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13-21.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-15. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15. Pearson Education.
- Lati Sari Dewi et al .,(2022) PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, Surabaya, Global Aksara Pers Anggota IKAPI, globalaksarapers@gmail.com

- Lystia, L., Susanto, H., & Nugroho, D. R. (2022). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(1), 38–48.
- Meithiana Indrasari (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya Jawa Timur.
- Marlina, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nanan Marlina. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Sedayu Bantul. Bening Pustaka
- Narottama, I. G. L. B., & Moniaga, R. R. (2022). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung pada Destinasi Wisata Kuliner Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 765–778.
- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). *Pengaruh persepsi harga, social media marketing, dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi*. SEIKO: Journal of Management&Business, 6(2), 193–212.
- Nizar, A. (2017). *Pemasaran Produk dan Jasa*. Media Sains Indonesia.
- Nofri, N., Dewi, E. N., & Setiawan, B. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Nurfaridah, S. D. (2021). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–10.
- Nursiti & Giovenna, A. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2), 99-105.
- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). The role of *social media marketing* on purchase intention. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(3), 133–140. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0133>
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2020). Pengaruh *Social Media Marketing* dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Koeferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1-13.
- Rahmasari, D. A., Nugroho, D. R., & Susanto, H. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(1), 1–10.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya pada Locet.com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181-1187.

- Rusyidi, R. (2018). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Deepublish.
- Santoso, S. (2019). *Pemasaran Media Sosial*. Andi Offset.
- Sinaga, R. A., & Sahir, S. H. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda*. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(1), 157–167.
- Setianingtyas, D., & Nurlaili, N. (2020). *Pengaruh Social media marketing terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 209–220.
- Sofjan Assauri. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Solomon, M. R. (2020). *Perilaku Konsumen*. Edisi 13. Prenadamedia Group.
- Solikhatin, S. A., Putri, D. K., Setiawan, N.A., Salsabila, S., & Arifudin, D.(2023). *Pengantar Digital Marketing*, Purwokerto: Zahira Media Publisher.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta. Alfabeta Bandung.
- Supomo, B. (2018). *Manajemen Perusahaan*. Erlangga.
- Susbiyani, D., & Supeni, R. (2025). *Social media marketing, pricing strategy, and purchase decisions in Indonesian MSMEs*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 25(1), 55–68.
- Susilowati, I.H., & Utari, S. C. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 6(1), 134-140.
- Suyuthi, F. M. A., Darman, D., & Wati, E. R. (2020). *Manajemen Perkantoran*. Media Sains Indonesia.
- Swastha, B., & Irawan. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Trisnawati Kusumawardhani (2023). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Multimedia dan Teknologi Informasi* 05(2),100-106.
- Vina Maria Ompusunggu, et., al (2022) *Strategi Pemasaran*. Kota Malang. CV. Literasi Nusantara Abadi
- Wati, et.al (2020). *Digital Marketing Malang: (Edulitera, Ed)*.

- We Are Social, & Meltwater. (2024). Digital 2024: Global overview report. We Are Social. <https://wearesocial.com/blog/2024/01/digital-2024-global-overview-report/>
- Wibowo, A., Abdullah, M. A., & Yusuf, H. (2023). Social media content quality and purchase decision on culinary MSMEs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 101–112.
- Widodo, A., & Utami, B. (2021). Pengaruh Harga dan Nilai Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 1–10.
- Zahra, F.A., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mujigae. Jambura: *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 676-685.
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). Pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta. Al-Idarah: *Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 1(2), 279–294. *JurnalArRaniry*