

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Banyumurti, I. (2018). *Media Social*. <https://literasidigital.id/book/media-sosial/>
- Basu Swastha, Dharmmesta & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFÉ.
- Basu Swastha, D. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFÉ.
- Danang, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Buku Seru.
- Fahmi, I. (2019). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (S. Idris (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan A. G. (2014). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (1st & 2nd ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P. dan K. K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan K.K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mandibergh. (2012). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Elex Media Komputindo.
- S Febriani, Nurfian & Weda Asmara Dewi, W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- <https://books.google.co.id/books?id=MtqFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&redi>

r\_esc=y#v=onepage&q&f=false

Saladin, D. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Agung Ilmu.

Sugiyono, P. D. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF dan R&D* (D. I. Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

Suhandang, K. (2016). *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan* (Revisi). Penerbit Nuansa.

Supriyono. (2020). *Media Sosial Sebagai Alat Promosi Yang Efektif Bagi Usaha Rintisan di Era Normal Baru*. 7(2), 53–61.

#### **Sumber Jurnal:**

Alhadid, A. Y. (2014). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity : An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. 1–14.

Dahmiri. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Equity Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Gerung, Christy Jacklin, Sepang, Jantje, Loindong, S. (2017). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil nissan x-trail pada pt. wahana wirawan manado*. Ejournal Unsrat, 5(2), 2221–2229.

Juliana. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANGKRINGAN KOPI SENJA MEDAN. *Medan Area University Repository*

Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI  
KANTOR POS PATI 59100. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*.

Ningsih, Y. P., & Hati, S. W. (2019). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ACCU YUASA YANG  
DIPROMOSIKAN DISTRIBUTOR PT RIAU INDOTAMA ABADI di BATAM.  
*Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 10–18.

<https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1255>

Pada, K., Pt, K., Multi, L., & Jakarta, L. (2021). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(55), 64–  
73.

Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Kebutuhan Pembekian  
Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. [httpse-  
jurnal.lppmunsera.org/index.php/SMARTICLEDOWNLOAD27071734](httpse-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SMARTICLEDOWNLOAD27071734)

Putra, I, D, P G, W., & Aristina, M, D W. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA  
MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN PURCHASE INTENTION  
(Studi Kasus : SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Udayana*.

Santoso, A. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement:  
Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*, 6(1), 50–54.

### **Sumber Skripsi:**

Asih, Widdy. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA MAKE UP ARTIST "AFFIFAH MAKE UP"*

DI KOTA CIAMIS. Universitas Pasundan.

Junaida, E., & Hanum, N. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang*. 8(3), 389–401.

Kosasih, H. (2022). *PENGARUH ENDORSEMENT INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK FASHION SCREAMOUS DI KOTA BANDUNG*. Universitas Pasundan.

Muhammad, S. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Batik Al-Fath Kota Jambi*. Repository UIN Sultan Jambi.

Rahayu, Fadlya. (2021). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI PLATFORM INSTAGRAM TERHADAP KETERLIBATAN PELANGGAN PADA WELLBORN COMPANY*. Universitas Pasundan.

**Sumber Internet:**

Hestanto. (2021). *Keputusan Pembelian*. <https://www.hestanto.web.id/Keputusan-Pembelian/Amp/>.