

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Diyatma, A. J. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar The Influence Of Product Promotion Through Social Media Instagram Towards Purchasing Decision In Saka Bistro & Bar*. 4(1), 175–179.
- Habibie, F. H., Mustika, A., Ratnaningtyas, H., & Noveti, V. (2021). Promotion Of Instagram And Purchase Intention: A Case Of Beverage Business At Covid-19 Pandemic. Dalam *Tourism Research Journal* (Vol. 5, Nomor 1). [Www.Napoleoncat.Com](http://www.Napoleoncat.Com),
- Hm, B., Jayusman, H., Jalaluddin, M., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2020). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Nindy Pernak Pernik Pangkalan Bun* (Vol. 8, Nomor 2). [Https://Www.Instagram.Com/Nindy_Perna](https://www.instagram.com/nindy_perna)
- Lininati, E. (2018). *Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Food Court*.
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., Jfa Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Maulana, I., Tinggi, S., Bima, I. E., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Fix La Luna Kota Bima. Dalam *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* (Vol. 21, Nomor 3).
- Ningsih, W., & Kusumahadi, K. (2020). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Di Kalangan Mahasiswa Universitas Telkom*. 7(3), 5597–5604.

- Nugroho, Y. A., & Ariyanti, M. (2018). *Pengaruh Promosi Airasia Indonesia Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @Airasia_Indo) The Effect Of Airasia Indonesia Promotion In Instagram On Consumer Purchasing Decision (Survey On Instgaram Account Followers Of @Airasia_Indo)*.
- Prasetyo, D. D., & Wulandari, A. (2018). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Mukena Fathiya Cimahi Tahun 2018 The Influence Of Promotion Through Social Media Instagram To Purchasing Decision At Umkm Mukena Fathiya Cimahi In 2018* (Nomor 1). <https://id.wikipedia.org/wiki/In>
- Pratama Chianasta, F., & Wijaya, S. (2014). The Impact Of Marketing Promotion Through Social Media On People's Buying Decision Of Lenovo In Internet Era: A Survey Of Social Media Users In Indonesia. *International Journal Of Scientific And Research Publications*, 4(1). [Www.ijsrp.org](http://www.ijsrp.org)
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). *Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020*.
- Silaban, C., Evawani, P. :, Lubis, E., Konsentrasi, M. S., Komunikasi-
Jurusan, M., & Komunikasi, I. (2019). Pengaruh Promosi Online Akun Media Sosial Instagram @Bogardeliveryservice Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bogar Delivery Service. Dalam *Jom Fisip* (Vol. 6).

Buku

- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Utomo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (14 Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 Ed., Vol. 1). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 Ed.). Pearson Education, Inc.
- Sanusi, A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cv. Pustaka Setia.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2002). *Pengantar Bisnis* (Vol. 2). Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (3 Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction*. Cv. Andi Offset.