

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina Ellen, A. (2025). 1, 2 1,2. *Universitas Tarumanegara*, 10, 346–355.
- Apriliani, Y., Rahmawati, N., & Hidayat, S. (2025). *Analisis Perilaku FOMO pada Pembelian Boneka Labubu di Indonesia. 1.*
- Ardy, C. K., & Nainggolan, R. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Marketplace Marketing terhadap Minat Beli Produk Tree-X. *Performa*, 6(5), 429–438. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2172>
- Arviani H, dkk. (2021). Sosial Media Marketing : Peluang & Tantangan bagi UMKM Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 Social Media Marketing: Opportunities & Challenges for Local UMKM During the Covid-19 Pandemic. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(1), 57–65. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v7i1.4417>
- Dewi Reniawati, Poniah Juliawati, & Andina Dwijayanti. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kanzler. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 10(1), 209–224. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1933>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.*
- Hidayati, F. N., Priyono, B., Stia, P., & Jakarta, L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 35.
- Kalyana Rajagukguk, N., Harahap, A. F., Daffa, M., & Khaira, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Media Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Jekma*, 3(2), 20–30.
- Kurniawan, I. B., Kurniawati, N. S. E., & Puniawan, I. M. E. (2021). JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA SAAT PANDEMI COVID-19 DI BALI. *Juima*, 22(1), 15–28.
- Maharani, S. (2025). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BLIND BOX POP MART OLEH GENERASI Z MUSLIM DI KOTA BANDUNG DENGAN INTENSITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI* (Issue

- 2023).
- Murti. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Produk Teh Botol Sosro*.
- Nadia, & Nursakinah. (2022). Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh E-Mail: *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(April), 80–94.
- Narottama, Nararya, D. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DESTINASI WISATA KULINER DI KOTA DENPASAR. *LSPR Communication and Business Institute*, 8, 741–773. https://elibrary.lspr.ac.id/lsprperpus/index.php?p=show_detail&id=7150&keywords=Leinney+Roselyn
- Naumi, M., Hidayat, C. W., Sarwoko, E., Pgri, U., & Malang, K. (2023). Peran brand image sebagai mediasi pengaruh brand ambassador dan social media marketing terhadap minat beli produk. *MBR (Management and Business Review)*, 7(2), 194–203. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr>
- Norma, Y. (2025). *PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIXUE DI SUNGGUMINASA KABUPATEN GOWA*. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Phangkawira, S. (2025). PENGARUH KETIDAKPASTIAN BLIND BOX TERHADAP NIAT BELI: MEDIASI NILAI, MODERASI DARING. *Jurnal Bisnis, Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi Dan Bisnis Sabda Setia, Pontianak*, 05(03), 41–58.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>
- sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KOMBINASI (MIX METHODS*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Yulinazira Ulfa. (2025). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Muun Donuts Kota Lhokseumawe*.