

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. (2022). *Profil Internet Indonesia*.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Christina, W. . (2012). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi (Operasional Bisnis Ritel) Modern di Indonesia*. Salemba Empat.
- Etta, M., & Sopiah, S. (2013). *Perilaku Konsumsi Pendekatan Praktis*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi Kesembilan*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Kasmadi, & Sunariah, N. S. (2014). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Promosi. Edisi Ketiga belas. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Airlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran (Edisi kese)*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Meilyana, E. (2018). *AISAS Model*. Binus University Bussiness School.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru*. Buku Litera.
- Olson, J. C., & Peter, J. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.

- Riyanto, A. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report [Internet]*.
<https://andi.link/hootsuite-we-aresocial-indonesian-digital-report-2022/>
- Schiffman, L.& Kanuk, L. . (2010). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. PT. Indeks Gramedia.
- Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. PT Media Global Edukasi.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Kencana.
- Sugiyama, Kataro. (2012). *The Dentsu Way*. Mc Graw Hill.
- Sugiyama, Kotaro, & Andre, T. (2011). *The Dentsu Way*. Dentsu Inc.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabet.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Swastha, B. (2018). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Tatik, S. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet dan Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

Jurnal/Skripsi

- Aida, V. (2021). *Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan Universitas Negeri Padang*. Universitas Negeri Padang.
- Amelia, N. (2020). *Pengaruh Endorsement dan Instagram Ads Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industri Fashion Hijab Ouitfit di Suirabaya*. UiIN Sunan Ampel Surabaya.

- Andriyani, N. J. (2022). Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja. *Jurnal Semolowaru*, 17(45).
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hermila, A., Ashari, S. A., Bau, R. T. R. ., & Suhada, S. (2023). Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Teknik Informatika Ung). *Inverted: Journal of Information Technology Education*, 3(2). <https://doi.org/10.37905/inverted.v3i2.21172>
- Hidayati, N. (2021). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shape Shape Pekanbaru*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Ihwan, H. (2021). *Pengaruh Iklan Instagram Stories dan Iklan Instagram Timeline terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2016 dan 2017*. Universitas Mercu Buana.
- Kandau, M. R., & Munawaroh. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Differentiation Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Erni Dimsum Di Medan Johor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 40(2), 547–554.
- Maksudi, A. M., Zabidi, I., Maksudi, M. Y., Hendra, H., HR, I., & Suryono, D. W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 94–101. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.444>
- Muslihah, F. (2018). *Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*. UIN Raden Intan.

- Nur, N. A. P. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hope Store Bulukumba*. Nobel Indonesia Institute.
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 279–290. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado. *Journal Ilmiah Society*, 2(2), 1–0.