

- Abubakar, R., Adam M., & Adnan, (2023), *Manajemen Inovsi dan Kreatifitas*, PT. Raja Grafindo Persada, Depok
- Adil, M. (2012). The Influence of Brand Image On Sales. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(4), 3552–3586.
- Adnan & Abubakar R., (2021). *Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing ke New Wave Marketing) CV. Sefa Bumi Persada*, Aceh
- Ahmad, Noor, & Wel. (2014). Factor Influencing Consumers' Purchase Decision of Private Label Brand Products. *International Journal of Economic Practices*, 2(1).
- Angkie, N. S. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity pada Brand Fashion Zara, H&m, Pull&bear, dan Stradivarius di Surabaya*. *Agora*, 7(1).
- Astuti, R., Ikramuddin, Mariyudi, Bachri, N., & Ahyar., J (2022), The Influnc of Personal Factors on Purchase Decisions for Fashion Products at CB Fashion Stores in Lhokseumawe. *Jurnal Inovasi Bisnis* 10 (2022) 158-165
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Atika Mustafa dkk., (2022). Pengaruh Penggunaan Media Social Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Jiksau Food. *Indonesia*
- Bahri, H., Bachri, N., Saharuddin., Sutriani & Zulkifli., (2023), Factors Influencing Young Muslim Women's Decisions in Buying Halal Skincare. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Volume 24, Nomor 1.
- Dewi, Mila Mega (2017) Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Leverage (Studi pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 55, Nomor 1
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59 (May), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Ebrahimi, P., Basirat, M., Yousefi, A., Nekomahmud, M., Gholampour, A., & Fekete farkas, M. (2022). Social Networks Marketing and Consumer Purchase Behavior: The Combination of SEM and Unsupervised Machine

Learning Approaches. *Big Data and Cognitive Computing*, 6(2).  
<https://doi.org/10.3390/bdcc6020035>

Casanoves, J., & Perez, Mo. (2021). Digital Marketing Management Applied To the

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of business research*, 69(12), 5833-5841.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta

Mileva, Lubiana. Dan Fauzi DH, Achmad. (2018). 'Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58 (1), pp. 191.

Mustika, W., & Kurniawati, D. M. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Handuk Pada Marketplace "X." *Serina Iv*, 709–716.

Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31(1), 26-34.

Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek (Program Crowdsourcing Foto Periode 18 Juli 2016 – 2 April 2017 di Instagram) The Effect of Social Media Marketing On Brand Equity (Photo Crowdsourcing Program from July 18, 2016 until April 2. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 3(2017), 13–28.

Riska Novianti. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap minat Beli Pelanggan Pada Produk Ms Glow Cabang Therok Di Kota Jambi

Rusydi., Adnan., Sutan., & Bachri, N (2021) The Influence Of Environment, EWom, And Facilities On Tourist Decisions To Visit Sawuek River, North

Aceh, Indonesia. *International Journal of Educational Review, Law and Social Sciences*.E-ISSN: 2808-487X.

Saputro, Rudot Yuli, dkk. 2016. Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, dan Price terhadap keputusan pembelian honda Vario 125 di Dealer Astra Indonesia Semarang. *Jurnal of Management*. Volume 2 No. 2, Hal 1-1.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung

Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Cv Andi Zahra, P. A., & Sukmalengkawati. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen Ekonomi, dan Akuntansi)*.6(3),2008–2018.