

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko Rr Stuff Di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa Febi)*. IAIN BENGKULU.
- Adi dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bumiaksara: Jakarta
- Assauri. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta.
- Arikunto. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Bahtar dan Muda. (2016). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi (Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran)*. Prenada Media: Jakarta.
- Darmawan. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, PT. Alfabeta: Yogyakarta.
- Ghozali. (2011). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Indeks, Jakarta
- Ginting. (2011). *Prinsip Pemasaran (Terjemahan)*. Edisi 7 Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Gunelius. (2011). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas jilid 1, Indeks, Jakarta.
- Fikri Rasyid. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salmeba Empat: Bandung.
- Lili dan Doni. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Sopiah. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Hasan. (2013). *Pengantar Manajemen*, PT. Rineka Putra, Jakarta.
- Sumarwan. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, PT. Alfabeta: Yogyakarta.
- Sunyoto. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta
- Peter dan Olson. (2015). *Pengertian Kesadaran Merek*, PT. Rineka Putra, Jakarta.
- Priansa. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta.

- Khoiroh, Z. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung). Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. *Unpublished Bachelor Thesis, Retrieved from <Http://Repo.iain-Tulungagung.Ac.Id/4225>*.
- Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ibrahim, M. M. (2020). “ *pengaruh promosi melalui sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada laila ghani syar’i di kota malang)*”.
- Muslihah, F. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian* Muslihah, F. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung . UIN Raden Intan Lampung*.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi, 10*(2), 145–160.
- Fitriyati, W. I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopaholic Store Banjarmasin (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Pratiwi, D. A. N., & Suwitho, S. (2020). Pengaruh Promosi Online, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 9*(10).
- LESTARI, A. Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada butik Missyshop Official Di Kota Makassar.
- NUR, N. A. P. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hope Store Bulukumba (Doctoral dissertation).
- Risyafani, S., Johannes, J., & Khalik, I. (2022). THE EFFECT OF CONTENT REVIEW AND PROMOTION ON BUYING INTEREST WITH PRODUCT INVOLVEMENT AS AN INTERVENING:(Case Studies Of Tasya Farasya's Beauty Vlogger Review On Wardah Products). *Journal of Business Studies and Management Review, 5*(2), 312-318.