

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. (2015). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Amrullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Akademika*, 20(2).
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Ferlina, A., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Wwww.Freeepik.Com
- Auliana, C., & Ameliany, N. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Rizky Stamp Lhokseumawe* (Vol. 04, Issue 02). <https://inet.detik.com/pada>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Profil-Industri-Mikro-Dan-Kecil-Provinsi-Jambi-2023*. 25–26. <https://jambi.bp.go.id>
- Br Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnami, S. (2021). *Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiwa Di Kota Medan*.
- Burns, A. C. , Bush, R. F. , E., Pdf, E., Burns, A. C. , D., & R. F. B., O. (N.D.). *Burns, A. C., R. F. B., R., & Marketing, F. D. (N.D.). Edition).*
- Chaffey, D., Mayer, F. E.-C. R., & Johnston, K. (2021). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice (8th Ed.)*. Pearson.
- Chaniago, H. Z., & Majid, N. (2024). Analisis Pemanfaatan Keberadaan Micro Influencer Dalam Strategi Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Pendekatan Ke Audiens Di Era Digital. *Da'watuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, Vol. 4 No.2, 552–570. <https://doi.org/10.47467/Dawatuna.V4i2.4495>
- Efendioğlu, İ. H. (2019). The Impact Of Conspicuous Consumption In Social Media On Purchasing Intentions. *Journal Of Business Research - Turk*, 11(3), 2176–2190. <https://doi.org/10.20491/Isarder.2019.732>
- Engel, B. Dan M. (2012). *Evaluasi Alternative*.
- Faizan, A. (2014). Management Analysis Journal Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap. In *Management Analysis Journal* (Vol. 3, Issue 2). Dipublikasikan. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>

- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, Vol. 3 No. 1*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*.
- 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*, 5833–5841.
- Hanifah, N., & Rianto Rahadi, D. (2020). *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Volume: 8 No: 2 Tahun 2020 Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19*. <https://Sultanist.Ac.Id/Index.Php/Sultanist>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 14 No. 1*, 25–34. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik Yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi)*, 1–12.
- Järvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing Marketing Automation For B2b Content Marketing. *Industrial Marketing Management*, 54, 164–175. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.07.002>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kotler Dan Armstrong. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*

- Lenaini, I. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling*. Info Artikel Abstrak. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vxiy.4075>
- Lesmana, D., & Kasim, R. S. (2018). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo*. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/aksara/index>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. In *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)* (Vol. 3, Issue 2).
- Lukito, W. A., & Fahmi, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa*. www.websindo.com,
- Magdalena Bate'e, M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Mauezah, A., Vitria, A., & Samhudi, A. (2022). *Pengaruh Penggunaan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Anna Nanashop Di Banjarbaru*.
- Modernisasi, J. E., & Subianto, T. (2020). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 264–270. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jimb>
- Nattino, G., Pennell, M. L., & Lemeshow, S. (2020). Assessing The Goodness Of Fit Of Logistic Regression Models In Large Samples: A Modification Of The Hosmer-Lemeshow Test. *Biometrics*, 76(2), 549–560. <https://doi.org/10.1111/biom.13249>
- Nguyen Thao. (2021). *The Impact Of Social Media On Consumer Purchasing Decision Process*.
- Octavia, A., Hasbullah, H., Sriayudha, Y., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). Development Model Of Social Media Marketing-Consumer Loyalty Mediated

By Brand Equity And Consumer Response To Fashion Branded Products. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 2(1). <https://doi.org/10.31933/Dijdbm.V2i1>

Pebriani, S., & Hamid, S. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopindy. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (Jisip)*, 6(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/Jisip.V6i3.3373/Http>

Poodo, F., & Mutiara Pabulo, A. (2024). *Peran Konten Kreatif Dalam Pemasaran Media Sosial Untuk Umkm (Studi Kasus Ansalni Fashion)* (Vol. 6, Issue 2).

Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. Vol. 1 No. 1.*

Rifai, A. (2019). *Proses Pengambilan Keputusan.*

Risyafani, S., Johannes, & 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 (Jbsmr)*, 5(2). <https://docs.google.com/forms/d/11prqchkfzno8usveceuokxha6wic6prz83yej5c7zc/edit>

Rusdi, F., & Stefannie. (2023). *Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian N'pure Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing.*

Salira Ayatusifa, S., Orinaldi, M., & Agusriandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59059/Jupiekas.V1i3.335>

Setiawati, M., Aini, Y. ', & Aida, W. (2015). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian).*

Slice Id. (2024, March 17). *Tren Pengguna Media Sosial Dan Digital Marketing Indonesia.*

Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being (12th Ed.).* Pearson.

Sri Ratih Handayani, & Ulul Absor, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pada Kalangan Siswa Di Smp Pgri Brebes. *Strategik – Jurnal Manajemen, Xi(1)*, 1–17.

- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D) (4th Ed.)*. Alfabeta.
- Tasman, A., Andriani, C., Jumiaty, E., & Husnatarina, F. (2021). *Umkm 5.0, Strategies And Innovation To Digital Bussiness Transformation* (Gcaindo, Ed.). Diandra Kreatif.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- Uyun, Q., & Widodasih, W. K. (2024). Pengaruh Testimoni, Sosial Media Dan Fanatisme Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Umkm Frezz Chicken Cikarang. *Jurnal Darma Agung*, 32(2), 1001–1011. <https://doi.org/10.46930/Ojsuda.V32i2.4278>
- Wahyu Sriningsih, N., & Dwijayati Patrikha, F. (2020). Jptn,+Nunung. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(3).
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*.