

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Mubin dkk. 2021. Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku LA Tansa Gontor). **Jurnal of Islamic Economics**. Vol 1: hlm 19
- Alam, Putra, Wildhansyah. 2020. Analisis Pengaruh *Public Relation* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas pada Showroom Auto Fandawa. **Skripsi** pada Program Studi Manajemen S1, Universitas Islam Riau.
- Fredik, Filus, T dan Dewi, Indra , S. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 7 : hlm 88
- Ghozali, Imam. 2016. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9**. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hamdani, 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: Andi.
- Hidayatullah, Wahyuni, Putri. 2021. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen pada Kopiloka Social Space Palembang. **Laporan Akhir** pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Ilal, Jinan, Syauqi. 2018. Pengaruh *Marketing Public Relation* Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Nasional Baluran Situbondo Jawa Timur, **Skripsi** pada Program Studi Manajemen. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Joesyiana, Kiki. 2018. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. **Jurnal Valuta** Vol 4 No. 1.
- Kurnia, dkk. 2018. Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan ITENAS. **Jurnal** pada Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kotler dan G. Amstrong. 2012. *Dasar-dasar pemasaran*, Edisi ke-6 Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum, Jakarta : Intermedia Jakarta.

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2021. Intisari Manajemen Pemasaran, Edisi ke-6 Terjemahan Diana Kurnia, Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Magdalena, Maria. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. **Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah** Vol 2 No. 2.
- Nugraha, Eka, D, P. 2015. **Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjis**. E-Proceeding Of Management, Vol 2 : hlm 758
- Sari, Gita Permata. 2021. Pengaruh Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. **Laporan Akhir** Pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Sunyoto, Danang. 2014. **Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi dan Kasus**, Edisi ke tiga, Jakarta: PT Buku Seru.
- Sugiyono. 2020. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Administrasi**. Bandung: CV. Alfabeta
- Pratiwi, Sherina. 2018. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. **Laporan Akhir** pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2016. *Metedologi Penelitian*. Palembang: Universitas Sriwijaya.