

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, thamrin dan Tantri francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Akdon, dan Riduwan. 2013. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Arief, Giri Maulana dan Millianyani. 2015. Pengaruh Social Media Marketing Melalui Intagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *E-Proceeding of Management*. Vol. 02 No. 3. Diakses pada 28 Maret 2023.
- Darmanto. 2016. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Herlina, Vivi. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, Ridwan Zanjabila dan Rahmat. 2017. Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park). *Skripsi* pada Fakultas Ilmu Terapan. Universitas Telkom: Bandung. Diakses pada 26 Juli 2023.
- Jovita, Giri Maulana dan Cindy. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Floating Market Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Universitas Bina Insani : Bekasi. Diakses pada 26 Juli 2023.
- Kotler, dan Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler , dan Keller, 2008. “*Manajemen Pemasaran Edisi 13*”. Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*”. Jakarta : Erlangga.
- Oktarina, Marsela (2021) Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Siswa Memilih Bimbingan Belajar Di Primagama Lemabang Palembang. *Laporan Akhir DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya*, Tidak dipublikasikan.

- Prawiro. 2018. Pengertian Media Sosial Secara Umum, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosmed. <https://www.maxmanroe.com/>. Diakses pada 29 Maret 2023.
- Putri, Asjini Eka. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Pertanian Sayurbox (Studi Kasus Pada PT. Kreasi Nostra Mandiri di Jakarta). *Skripsi* pada Fakultas Pertanian. Universitas Hasanuddin: Makassar. Diakses pada 30 Juli 2023.
- Putri, Citra Sugianto. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Skripsi* pada Fakultas Ekonomi. Universitas Ciputra : Surabaya. Diakses pada 30 Juli 2023.
- Seputar Pengetahuan. 2018. Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli. dari <https://www.seputarpengetahuan.co.id/> Diakses pada 29 Maret 2021.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Cetakan ke 21)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna.2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Syaputra, Leo. 2017. Pengaruh Harga dan Promosi Volume Terhadap Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi* pada Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung. Diakses pada 30 Maret 2023.
- Taluke, Dryon, Ricky Lakat dan Amanda Sembel. 2019. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*. Vol 6. No. 2. Diakses pada 30 Maret 2023.
- Utami, Wilandra Karamitha. (2021). Analisis *Social Media Marketing* Terhadap Minat Pembelian Produk (Studi kasus pada Pittayahouse). *Laporan Akhir DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya*, Tidak dipublikasikan.
- Wahana, Aditya. 2018. Penerapan Media Sosial Berbasis Foto Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Berbasis Daring. *Skripsi* pada Fakultas Ekonomi. Universitas PGRI: Yogyakarta. Diakses pada 30 Maret 2023.
- Yusi, M Syahirman dan Umiyati Idris. 2016. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Palembang: Unsri Press.