

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Anuraga, Wirawan & Sonang Sitohang. (2015) “*Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.*” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 4, Nomor 10, Surabaya
- Diyatma, Aris Jatmika. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. ISSN : 2355- 9357 e-proceeding of Management : Vol.4, No. 1 April 2017
- Edy, Irwan Christanto. (2017). *Kajian Model Empiris : Pengaruh Media Sosial Terhadap Life Style Dan Keputusan Pembelian*. Prosiding Seminar Nasional Geotik 2017. ISSN:2580-8796
- fLórez, Lorena estefania Gutiérrez, et.al. (2017). *InÁuence of social networks on the purchase decisions of university student*. *Cuadernos de Gestión* Vol. 18 - Nº 1 (2018), pp. 61-84
- Ekasari, N. (2014). *Pengaruh Promosi Berbasis Sosia Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada Pt. Bfi Finance Jambi*. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri*, 81-102.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Indrawati, I. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi. Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: Aditama
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Moderenisasi Global*. Bandung: CV Alfabeta

- Nurgiyantoro, Burhan. (2012). *Penilaian pembelajaran bahasa*. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta
- Lestari, Isnawati Eka. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Brand Equity dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Fanspage Facebook Hijab Elzatta). Skripsi IPB
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta
- Mileva, Lubiana. (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)*|Vol. 58 No. 1 Mei 2018|
- Putri, Citra Sugianto. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 5, Desember 2016
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sari, Henni Aprilia. (2018). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung. Skripsi Universitas Lampung
- Siregar, Ayu Gusnida Sari. (2018). Pengaruh Periklanan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study pada Konsumen Nasi Goreng Mafia di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management* : Vol.5, No.1 Maret 2018, ISSN : 2355-9357
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). cetakan ke-1*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Supriyanto, Ari. (2013). Analisis Penggunaan Teknologi Internet (Sosial Media) Dalam Sistem Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pembelian Berulang Pada Bisnis Jersey Bola Online. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Susanti, Christina Esti. (2017). Influence of Social Networks and Social Media toward Satisfaction through Apparel Purchase Decision on Adolescents in East Java. International Journal of Supply Chain Management, IJSCM, ISSN: 2050-7399
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Perspektif Pemasaran dan Pemasaran Kontemporer*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Triasih, Retno. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Social Media Dan Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan (Studi Pada Nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Chandra). Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung
- Yogesh, Funde. (2014). Effect of Social Media on Purchase Decision. Pacific Business Review International, Volume 6, Issue 11, May 2014