

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Armstrong, Kotler. (2016). *“Marketing an Introducing Prentice Hall 13th edition”*
England : Pearson Education, Inc
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition: Global Edition*, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Principle Of Marketing. 15th Edition*.
New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Ed.* Pearson Education, Inc
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung:
CV. Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Digital*. Bandung:
CV. Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R.D.* Bandung :
Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,
Dan Kombinasi)*. Bandung : Alfabeta.
- Widodo, (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: Rajawali
Pers.
- Rajagrafindo Winarni. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif,
PTK,R&D*. Penerbit Bumi Aksara.

Penelitian Terdahulu :

- Arief, Giri Maulana. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram
terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*.
- Dinar, N.H., & Hanifah, F.H. (2018). *Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing
Pada PT. Fres Indonesia Wisata (Frestour & Travel) Tahun 2018 (Studi
Pada Follower Instagram Frestour)*. eProceedings of Appeliated Science,
- Fashiatul, Muslihah. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap*

Keputusan Pembelian Produk Fashion.

Nurfitriani. (2016). Pengaruh Social Media Marketing melalui Official Account

LINE Alfamart terhadap Minat Beli Konsumen. Karman, Melissa. (2015).

The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity toward the Purchase Intention of Starbucks Indonesia.

Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 Universitas Brawijaya)

Yopy Triski Murdana. (2019). Pengaruh Sosial Media *Marketing* terhadap Brand Awareness (Studi Pada PT. Indonesia Bandung).

Yuliana, Selly Tria. (2016). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian di Screamous Bandung.

Zanjabila, Ridwan. 2017. Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.

Mileva dan Fauzi (2018 : 193). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 193.

Website:

<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id> (Diakses pada 26 Januari 2020)

<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (Diakses pada 18 Febuari 2021)

<https://www.cnnindonesia.com/> (Diakses 20 Februari 2021)

<http://www.dumetdevelopment.com/> (Diakses 25 Februari 2021)