

DAFTAR PUSTAKA

- Angelyn., Kodrat, D. S. (2021). *The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table*. 1(1). International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)
- Aliyah, K. A. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Sfa Steak & Resto Karanganyar)*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Ayu, I. (2021). Tren Froezen Food Bakal Pacu Rantai Dingin hingga Rp200 Triliun. Diambil dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210616/257/1406307/tren-frozen-food-bakal-pacu-pasar-rantai-dingin-hingga-rp200-triliun> (Akses: November 2022)
- Dermawan, E., Sanjaya, A., Wediawati, T. (2022). *The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions through Purchase Intention in Kopiria*. 6(1). Page. 37-44
- Ginting, A., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S.O., Siahaan, A.L., Kussanti, D.P., Ardiansyah, T.E., Djaya, T.R., Ayu, A.S., Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penrbit Universitas Diponegoro
- Hanaysha, J. R. (2022). *Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator*. 2667-0968
- Hardani., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D.J., Auliya, N.H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu
- Hartini., Jurharsah. (2022). *The Influence of Social Media Marketing On Purchase Decisions*. 2(1). International Journal of Management and Education in Human Development
- Hidayat, D. (2020). Persaingan Merek Sosis di Ranah Digital, Champ Paling Populer. Diambil dari: <https://infobrand.id/persaingan-merek-sosis-di-ranah-digital-champ-paling-populer.phtml>. (Akses: Desember 2022)
- Hidayat, R. R., Rayuwanto. (2022). *The Influence of Price and Product Quality on The Purchase Decision*. Universitas Darwan Ali. Vol 3 No 2:105-116
- Hootsuite. (2022). Indonesian Digital Report 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

- Iblasi, W.N., Bader, D.M.K., Al-Qreini S. A. (2016). *The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances)*. 4(1) International Journal Managerial Studies and Research
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama
- Irawan, P. D. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Kambali, I & Masitoh, S. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100*. Vol 11 No 1. Politeknik Pos Indonesia
- Kotler, P & Keller, K. (2016). *Marketing Management. (15th Edition)*. Amerika : Pearson Education, Inc
- Kotler, P & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kunanti, K. S. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Moderasi Minat Beli Pada Stokis Herbal At-Thibbul Islami Batusangkar*. Institut Agama Islam Negeri Batusangkar
- Kurniasari, M & Budiarmo, A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Cofee Semarang*. Universitas Diponegoro
- Kurniawan, D. (2021). Produsen Nugget Fiesta Milik Konglomerat Thailand Cheavaranont Bersaudara Raup Penjualan Rp25,46 Triliun dan Laba Rp2,83 Triliun. Diambil dari: <https://voi.id/ekonomi/78147/produsen-nugget-fiesta-milik-konglomerat-thailand-cheavaranont-bersaudara-raup-penjualan-rp25-46-triliun-dan-laba-rp2-83-triliun> (Akses: Desember 2022)
- Kusnandar, V. B. (2022). Rata-rata Pengeluaran Penduduk Indonesia untuk Konsumsi Makanan (2021). Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublik/2022/09/06/berapa-pengeluaran-warga-ri-untuk-belanja-makanan-tiap-bulan>
- Masruroh, D.M., Sardjono, S., & Halik, A. (2019). *Pengaruh Harga, Social Media Marketing, dan Brand Equity Terhadap Customer Purchase Decision Melalui Consumer Respon Sebagai Variabel Intervening Pada Jamaah Umroh PT Saraya Anugrah di Sidoarjo*. Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol 4 No 2.
- Muslihah, F. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*. Lampung: UIN
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- Nurrokhim, A. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Priyatno, D. (2017). *SPSS 22 Panduan Praktis olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- PT Cisarua Mountain Dairy Tbk. (2022). Laporan Tahunan 2021. <https://cimory.com/annual-reports.php>
- Perwata, B. A., Farida, N., Prihatini, A. E. (2022). *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta)*. 11(4). 2746-1297
- Putri, C.S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. 1(5)
- Riduwan & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Rukmana, I. D. (2022). Lezat, ini Data Penjualan 10 Top Brand Frozen Food Terlaris 2022 di Tokopedia. Diambil dari: <https://compas.co.id/article/data-penjualan-10-top-brand-frozen-food-terlaris-2022/>. (Akses: Desember 2022)
- Saifullah, A., Ahmad, N., Ahmed, R., & Khalid, B. (2014). *Frozen Food Revolution: Investigating How Availability of Frozen Food Affects Consumer Buying Behavior*. International Journal of Economics, Commerce and Management, 2(8): 2348-2386.
- Saleh, M.Y & Said, M. (2019) *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: SAH Media
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sari, S.D. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1)
- Sari, K.W. (2020). Tantangan dan Tren Pola Konsumsi Masyarakat di Indonesia Berubah?. Diambil dari: <https://cfns.ugm.ac.id/2020/10/06/tantangan-dan-tren-makanan-di-indonesia-berubah/> (Akses November 2022)
- Sariyanti.. Tulhusnah, L., Soeliha, S. (2022). *Pengaruh Harga Dan Promosi Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Rifkhasira Di Situbondo (Studi kasus mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2018)*. 1(9)

- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi (Menggunakan SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Selvia, D & Deliana, Y. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Warung 1000 Kebun Bandung*. 8(2): 1476-1486
- Setiawati, D. (2020). *Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi TIX ID yang Dipengaruhi oleh Social Media Marketing, Brand Image, dan E-Service Quality*. 10(2).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Sinuhaji, E. (2019). *Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja SDM Outsourcing pada PT. Catur Karya Sentosa Medan*, Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen, 1. 11-22
- Simbolon, S. (2022). *Buku Referensi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc
- Suciani, A. (2022). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Pada Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Sepeda Motor Honda di Sukabumi)*. Universitas Nusa Putra
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi (1st ed)*. (A. Christian, Ed.). Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Sujarwo & Wahjono (2017). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada LKP Alfabank Semarang)*. 63-71
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama
- Ulya, F.N. (2021). *Selama Pandemi, Penjualan Frozen Food Meningkat di E-Commerce*. Diambil dari: https://money.kompas.com/read/2021/09/27/181912726/selama-pandemi_penjualan-frozen-food-meningkat-di-e-commerce (Akses: November 2022)
- Welsa, H., Cahyani, P. D., Meidyansyah, F. (2023). *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Media Sosial Instagram* 3Second. 3(5) 1026-1036
- Yudiatmaja, F. (2017) *Analisis Jalur Perhitungan Manual dan Aplikasi Komputer Statistik*. Depok: PT Rajagrafindo Persad