

## DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline pada Toko RR Stuff di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa FEBI)*.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *DIGITAL MARKETING (TINJAUAN KONSEPTUAL)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Balakrishnan, B. K. P. D., Dahnil, M. I., & Yi, W. J. (2014). The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 177–185. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.032>
- Dahmiri. (2020). *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Equity terhadap Minat Beli*.
- Darmawan, N. D. N., Rachmawati, I., & Hendayani, R. (2021). The Affect of Social Media Marketing and Consumer Engagement on Disney plus Hotstar Consumer Buying Intentions in Indonesia (Study on Youtube and Instagram). *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 4(4).
- Hakim, S. Al. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Activity Instagram Terhadap Purchase Intention di Le Bliss Bouquet Cirebon*.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Jasin, M. (2022). The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention of SMEs Product. *Journal of Information System and Management*, 01(04).
- Kasmir, D. (2002). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit ANDI.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteen Edition: Global Edition*. Pearson Education Limited.

- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 25–31.
- Laksamana, P. (2018). Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia's Banking Industry. *International Review of Management and Marketing*, 8(1), 13–18.
- Muslihah, F. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014-2016)*.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Restanovel, Z. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Lokal Sumatera Barat (Survei pada Konsumen Lapis Minang Nantigo di Kota Padang)*.
- Sahal, I. A. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing TikTok Terhadap Purchase Intention Produk Shopee Fashion*.
- Sasmia, C. I., & Kurniawan Bagus. (2020). *Pengaruh Promosi Sosial Media (Digital Marketing) Terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung-Bali*.
- Seo, E. J., & Park, J. W. (2018). A Study on The Effects of Social Media Marketing activities on Brand Equity and Customer Response in The Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36–41.  
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.014>
- Sudarsono, H. (2022). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Taan, H., Radji, L. D., Rasjid, H., & Indryani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.

- Tricahyono, D., Utami, L. W., & Safitri, W. (2018). *The Impact of Viral Marketing on Customers' Intention to Use (Case study: Spotify Indonesia)*.  
<https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.144>
- Utami, G. R., & Saputri, N. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia .  
*Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.