

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad.
- Agusti, R., & Aravik, H. (2023). Analisis Penggunaan Marketplace Facebook Terhadap Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah Di Supran Mebel Karang Anyar Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(2), 375–390.
<https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i2.144>
- Alus, G. P., Siwu, A. A., Wongkar, C., Sorongan, D. Y. S., Syaputra, M. R., Sumual, I. V., Montolalu, B. M. T., Dumanauw, A. A. V., & Maramis, J. B. (2022). Pengaruh Waseda Boys sebagai Brand Ambassador dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Beli Produk Menantea di Kota Manado. *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 10(4), 1881–1890.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.44644>
- Amruddin, D., Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Panji Putranto, Yuniati, I., Untari, I., Sari Mujiani, & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anggraini, O. (2023). Penggunaan Social Media Marketing Instagram @tvmuhammadiyah Dalam Membangun Customer Engagement. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(4), 215–227. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i4.1774>
- Arsyad, K. A., Yunandar, D. T., Sunaryo, Nurhidayah, & Bakri2, S. (2024). Pengaruh Facebook Marketplace Terhadap Minat Beli Produk Olahan Petani Milenial (Studi Kasus Pada Wilayah Program Yess). *Jurnal Agrisistem: Seri Sosek Dan Penyuluhan*, 20(1), 29–43. <https://doi.org/10.52625/j-agr-sosekpenyuluhan.v20i1.303>
- Asmoro, A. K., & Nuvriasari, A. (2022). Kajian Minat Beli Ulang Secara Online Pada Genarasi Z Dengan Perceived Risk, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Sebagai Variabel Antecedent. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 401–408.
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1312>
- Aulia, G. S., & Muslihat, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Jasa Wedding Service. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1–9.
- 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.

- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Tokopedia). *JOURNAL OF MANAGEMENT*, 15(3), 367–378.
<https://doi.org/10.35508/jom.v15i3.7368>
- Dakhi, P. (2025). *Strategi Pemasaran Modern (Konsep Dan Implementasi Praktis)*. Cv. Nulis Hemat Indonesia.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 28–42.
<https://doi.org/10.30388/10.30388/emas.v6i1>
- Effendi, T., & Defrizal, D. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk The Originote Di Bandar Lampung. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(1), 128.
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i1.1417>
- Elliyana, E., Agustina, T. siwi, Kadir, H., Imanuddin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. kurniati, Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ahlimedia Press.
- Erislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. CV. Mitra Ilmu.
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fadli, Z., Sudirji, F., Rahmat, Santosa, A. D., Pasaribu, S. J., Octaviani, D. W., Yudha, H. S., Fauzan, R., Triwijayati, A., Rukmana, A. Y., Herdiansyah, D., & Fitriana. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A. G. S., Zonyfar, C., Nuraini, R., Purnia, D. S., Setyawati, I., Evi, T., Permana, S. D. H., & Sumartiningsih, M. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. CV. Pena Persada.
- Febrianty, Mardah, S., Martiwi, R., Andriana, R., Sundari, S., Supriadi, B., Almursyid, M. Z., Saragih, R. B., Nasib, Pujiastuti, E. E., Putri, S. I., Rahmawati, K., & Gea, N. E. (2024). *Marketing 5.0: Teknologi Untuk Humanitas*. CV. Media sains indonesia.
- Feky Reken, Junita, D. A., Hallatu, Y. A., Rosmita, E., Welly, Hwihanus, Sya'ban, M. F., Radianto, A. J. V., Akbar, W. K., Yusnita, Pinoa, H. K., & Sarie, F. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Gita Lentera.

- Ferdinand, A. (2016). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Azis, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., Hutagaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). *Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayati, F. N., Priyono, B., Stia, P., & Jakarta, L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 35.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif*. Penerbit Lakeisha.
- Karim, A., Fadlina, & Ginting, G. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku UMKM Di Labuhanbatu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPMG)*, 2(19), 12–16.
<https://doi.org/10.58369/jpmg.v2i1.52>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Maulana, I. (2022). Peran Penggunaan Search Engine Optimization Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevenia Pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 12–18.
<https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.384>
- Maysaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan di Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *JSMM: Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1–12.
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.
- Nabilanasywa, A., Kalyana Rajagukguk, N., Harahap, A. F., Daffa, M., & Khaira, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Media Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan). *Jurnal Jekma*, 3(2), 20–30.
- Nurbaiti, N., & Alfarisyi, M. F. (2023). Sejarah Internet di Indonesia. *JIEM J. Ilmu Komputer, Ekon. Dan Manaj*, 3(2), 2336–2344.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Pasaribu, D., Situmorang, C. V., Darmayanti, N., Triyani, Y., Heningtyas, O. S., Astuti, E. B., Syamil, A., Wardhana, A., Indriani, I. K., Syarif, S. M., Amru, M., Sulaksono, H., Rachmanu, E. D., Setiawan, G., Halawa, F., Sundari, A., & Silvera, D. L. (2023). *Metodologi Penelitian Akuntansi Dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif*. CV. Media Sains Indonesia.

- Picas, R. V., Priyadi, C., & Ardoyo, N. A. (2024). Analisis Social Media Marketing Instagram Kafe Upala Dalam Membangun Brand Awareness Generasi Z Jatiwaringin Bekasi. *JURNAL CYBER PR*, 4(2), 106–118.
<https://doi.org/10.32509/cyberpr.v4i2.4633>
- Poltak, H., Sumarsih, S., Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., Roslan, A. H., Putri, N. L. I., Lingiani, L., Djampagau, H. R., Mulyana, S., & Gunaisah, E. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Purwasih, T. R., & Yogatama, A. N. (2023). Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Pada Freyo Strike Kota Malang). *MDP STUDENT CONFERENCE (MSC)*, 2(2), 521–529.
<https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4484>
- Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi*. Insania.
- Refilia, D., & Fornio Barusman, A. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kafe Putti Kedaton, Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 341–350.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.275>
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Rianto, B., & Dozan, W. (2020). *Dasar-Dasar Pengantar Teknologi Informasi*. CV. Multimedia Edukasi.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. PT. Muara Karya.
- Rohmad. (2017). *Pengembangan Instrumen Evaluasi dan Penelitian*. Kalimedia.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Saman, S. N. A., Ahmad, M., & Ismail, Y. L. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Facebook terhadap Minat Beli Konsumen Yab Showroom Gorontalo. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1217–1230.
<https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.281>
- Santoso, N. K., Setiawan, E., & Leindarita, B. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Yogurt Cimory Mahasiswa STIE Tanjungpinang. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(4), 2020–2025.
- Saputra, R. F. R., & Mirnayanti, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Happinest Tanjung Kabupaten Tabalong. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 1896–1909.
<https://doi.org/10.35722/japb.v7i2.1127>

- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, & Werdhani, A. S. (2023). *Dasar - Dasar Metodologi Penelitian*. CV. Angkasa Pelangi.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Tahta Media Group.
- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2015). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USU Press.
- Stansyah, M. R., Tegar, M., A.P, S. S., & Choirunnisa, R. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). UIR Press.
- Syafina, L. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. FEBI UIN-SU Press.
- Vebriani, N., Titing, A. S., & Ismanto. (2023). Pengaruh Social Factor dan Attitude terhadap Purchase Intention Pakaian Bekas Import (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kabupaten Kolaka). *Student Research Journal Volume.1, No.5 Oktober 2023*, 1(5), 259–272.
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). *Ragam Penelitian dengan SPSS*. Tahta Media Group.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wardhana, A. (2018). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*. CV. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. CV. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2025). *Strategi Pemasaran Media Sosial*. CV. Eureka media aksara.
- Wardi, P., & Nirwana, B. N. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Tenun Ana Sukarara. *JISHUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 245–250.
<https://doi.org/10.57248/jishum.v2i2.363>
- Widodo, B. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Sistematis & Komprehensif*. Eiga Media.
- Yakin, I. H. (2023). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif)*. CV. Aksara Global Akademia.

- Yunikartika, L., & Harti, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 212–230.
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.897>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa, M. S. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi Dengan SPSS*. Mandala Press.
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktif)*. Widina Media Utama.