

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. *Peran Media Sosial Modern*. Cetakan I. Palembang: Bening media Publishing, 2022.
- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- Administrator2. "Ministry of Industry: Local Fashion Industry Market Value to Exceed IDR 125 Trillion in 2024." Diakses 11 Januari 2026. [https://www.ibai.or.id/news/item/5399-ministry-of-industry-local-fashion-industry-market-value-to-exceed-idr-125-trillion-in-2024.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ibai.or.id/news/item/5399-ministry-of-industry-local-fashion-industry-market-value-to-exceed-idr-125-trillion-in-2024.html?utm_source=chatgpt.com).
- Agustina, Tasya Tania, dan Ridho Riadi Akbar. "Pengaruh Harga dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Honda Daya Motor." *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 3 (2025): 433–443.
- Ahdiat, Adi. "Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja Fashion | Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks." Diakses 29 September 2025. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/677668263f18a/selain-kebutuhan-pokok-gen-z-paling-berminat-belanja-fashion>.
- Aisyah, Alya R. *Mengenal Bisnis Desain Fashion*. Bandung: Wahana Iptek Bandung, 2022.
- Alwitri, Yola, dan Librina Tria Putri. "Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Penjualan Pada Klinik Selera Di Bangkinang Kota." *Jurnal Riset Manajemen Indonesia* 14, no. 3 (2020): 237.
- Andrian, Cristophorus Indra, Jumawan, dan M. Fadhil Nursal. *Perilaku Konsumen*. Cetakan I. Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022.
- Anggraeni, Anggi Fitria, Ajat Sudrajat, dan Ailsa Nathania Salsabila. "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Usaha Menantea." *Jurnal MANEKSI* 13, no. 4 (2024): 918.
- Antasari, Citra, dan Renystiyah Dwi Pratiwi. "Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu." *KINESIK* 9, no. 2 (2022): 178–180.
- Aprilia, Elsa Rizki. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Generasi Z Mahasiswa S1 Fakultas Tarbiyah Prodi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2020 IAIN Kediri)." Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji*

*Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*). DKI Jakarta: Guepedia, 2021.

Djali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020.

Duli, Nikolaus. *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Fakhrudin, Arif, Maria Valeria Roellyanti, dan Awan. *Fakhrudin, Arif, Maria Valeria Roellyanti, and Awan. Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2022. Yogyakarta: Deepublish, 2022.

Fatihudin, Didin. *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*. Edisi Revisi. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2020.

Fitry Sugiarti dan Saroyo. “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Outlet Makan Bekacak Cabang Pandan Arum Kabupaten Tabalong.” *JAPB* 7, no. 2 (2024): 1937–1952..

Hakim, Haikal Ibnu, Noviawan Rasyid Ohorella, dan Edy Prihantoro. “Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 114.

Hariyanto, Aldrich Atha Rheza, Btari Mariska Purwaamijaya, dan Adam Hermawan. “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Dan Harga Pada Keputusan Pembelian @Rumahbatik.Palbatu.” *IJDB: Indonesian Journal of Digital Business* 4, no. 1 (2024): 6.

Hartono. *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.

infoketapang. *Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sepanjang 2024* -. 13 Desember 2024.  
<https://infoketapang.com/index.php/2024/12/14/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sepanjang-2024/infoketapang/>.

Kediri, Badan Pusat Statistik Kota. “BPS Kota Kediri Selenggarakan Rilis BRS 3 Maret 2025 - Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi - Berita dan Siaran Pers.” Diakses 8 Oktober 2025.  
<https://kedirikota.bps.go.id/id/news/2025/03/03/24/bps-kota-kediri-selenggarakan-rilis-brs-3-maret-2025---inflasi-dan-pertumbuhan-ekonomi.html>.

Khairunnisa, Shofiyah, Hety Budiyaniti, dan Muh. Ilham Wardhana Haeruddin.

- “Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar).” *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 2, no. 4 (2022).
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, 2018.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 14th ed. Pearson Education, 2012.
- Kurnia, Neng Dewi, Riche Cynthia Johan, dan Gema Rullyana. “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan ITENAS.” *Edulib* 8, no. 1 (2018): 1–17.
- Kurniawan, Agung Widhi, dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Kusumah, Echo Perdana. *Metode Penelitian Bisnis: Analisis SPSS dan Smart-PLS*. Yogyakarta: Deepublish, 2023.
- Munawaroh. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Edisi Revisi. Malang: Inteligencia Media, 2019.
- Novita, Diana, dan Universitas Esa Unggul. “Pemanfaatan Instagram Di Dalam Mengelola Bisnis Online Bagi UMKM.” *Forum Ilmiah* 18, no. 1 (2021): 60.
- Nugraha, Jefri Putri, Dian Alfiah, Sinulingga Gairah, dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. Cetakan I. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Nugroho, Dian Ari, dan Nanang Suryadi. *Dasar-Dasar Digital Marketing*. Malang: UB Press, 2023.
- Parinduri, Islah Rizky, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, dan Atika Atika. “Pengaruh Strategi Pemasaran Push Dan Pull Digital Marketing Terhadap Purchase Intention Asuransi Jiwa Di PT. Chubb Life Insurance Medan.” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 13, no. 02 (2024): 442–443.
- Prajarini, Dian. *Media Sosial Periklanan Instagram*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Pratama, Yodi, Fachrurazi, Muhammad Al Faruq Abdullah, Henny Noviany, dan Sari Narulita. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023.
- Purba, Ramen A., Andriasan Sudarso, Hery Pandapotan, dkk. *Aplikasi Teknologi Informasi Teori Implementasi*,. Cetakan I. Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020.

- Rahayu, Sri, dan Nadia Afrilliana. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Palembang: CV. Penerbit Anugrah Jaya, 2021.
- Rahmiati. “Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Bachiss Kabupaten Pinrang.” Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2023.
- Rangkuti, Fahmi Rizki Aulia. “Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jawara Roti Dan Kue Cabang Taruma Medan.” Universitas Medan Area, 2023.
- S, Christin Eva., Ivan Rivaldo Sihombing, Suandro Manik, Erika Erika, dan Tumiar Sidauruk. “Analisis Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern dalam Prespektif Daya Minat Beli Pengunjung.” *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 4, no. 3 (2024): 712–713.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, dan Nursaidah. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.
- Sibtayah, Shobah, dan Muhammad Jamil Latief. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pebisnis Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi.” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)* 7, no. 1 (2022): 103–112.
- Sirait, Lija Nasrani. “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Quality Time Porsea.” Universitas Medan Area, 2024.
- Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Soesana, Abigail, Hani Subakti, Karwanto, dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan I. Medan : Yayasan Kita Menulis, 2023.
- Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharmanto. *Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Cetakan I. Yogyakarta: Suluh Media, 2022.
- Syakilah, Adriyani, Karmila Maharani, Nita Ferdiana, dan Ahmad Saifullah. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*,. Jakarta : Badan Pusat Statistik, 2025.

- Syarifuddin, Silvy L. Mandey, dan Willian J. F. A. Tumbuan. *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istnana Agency, 2022.
- Tampubolon, Manotar. *Metode Penelitian*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Tiranda, Yulius. *Metodologi Penelitian: Langkah Praktis (Pemula) Merancang Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Jakarta: CV. Trans Info Media, 2023.
- Uluwiyah, Anisatun Nurul. *Strategi Bauran Pemasaran (Promotional Mix) dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Yogyakarta: CV. Multi Pustaka Utama, 2022.
- Vikaliana, Resista, Agung Pujianto, Awin Mulyati, dkk. *Ragam Penelitian Dengan SPSS*. Sukoharjo: Tahta Media Group, 2022.
- Vinerean, Simona. "Importance of Strategic Social Media Marketing." *Expert Journal of Marketing* 5, no. 1 (2020): 31.
- Widana, I. Wayan, dan Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media, 2020.
- Witarsana, I. Gusti agung Gede, Ni Luh Gde Sri Sadjuni, Ni Putu Diah Prabawati, dkk. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Instagram Untuk Bisnis Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish Digital, 2024.
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Pramono, dan Mustofa. *Ekonometrika: Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jember: Mandala Press, 2021.