

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin, Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Adha, Suhroji. “Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur.” *Jipis* 31, no. 2 (2022): 134–48.
<https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>.
- Akbar, Muhammad Naufal Al, and Musthofa Hadi. “Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang).” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 10, no. 1 (2024): 192–97.
- Amelia, Dahlia, Bambang Setiaji, Jarkawi, Kadek Primadewi, Ummi Habibah, Theresia Lounggina Luisa Peny, Kiki Pratama Rajagukguk, et al. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023.
- Andriati, Defita Putri, Yuliani, and Rendi Ardika. “Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce Shopee.” *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 9, no. 01 (2025): 64–74.
- Antasari, Citra, and Renystiyah Dwi Pratiwi. “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu.” *Kinesik* 9, no. 2 (2022): 176–82.
<https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Jakarta: CV. Karya Insan Indonesi (KARINDO), 2004.
- Devi. “Skripsi: Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeuty Dalam Pembelian Produk Wardah.” UIN SUSKA Riau, 2023.
- Digdowiseiso, Kumba. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: LPU-UNAS, 2017.
- Fadli, Dinul. “Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Etnosentrisme Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal (Ventela) Oleh Mahasiswa Kota Pekanbaru.” UIN SUSKA RIAU, 2024.
- Feroza, Cindie Sya'bania, and Desy Misnawati. “Penggunaan Media Sosial

- Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan.” *Jurnal Inovasi* 15, no. 1 (2021): 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>.
- Godwin, Gelard, Sausan Raihana Putri Junaedi, Marviola Hardini, and Suryari Purnama. “Inovasi Bisnis Digital Untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui Teknologi Dan Adaptasi Digital.” *ADI Bisnis Digital Interdisiplin (ABDI Jurnal)* 5, no. 2 (2024): 41–47.
- Gunelius, Susan. *30-Minute Social Media Marketing : Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*. United States: McGraw-Hill, 2011.
- Gustian, Muhammad, Budi Sulistyono, and Resha Akbar. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Blume Scarf.” *EProceedings of Engineering* 12, no. 1 (2025): 1060–72.
- Hanifa, Dila, and Elsa Listiana. “Analisis Hukum Penjualan Barang Di Bawah Modal Perspektif Syariat Islam Di Daerah Cileungsi (Dalam Acara Penyaluran Sembako Murah).” *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 3, no. 1 (2025): 506–20. <https://doi.org/10.37274/rais.v7i1.659.6>.
- Hasanah, Nahdatul. “Skripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Fin Pada MM Food Court Kabupaten Tabalong.” STIA Tabalong, 2024.
- Hidayanto, Alif, Murry Harmawan Saputra, and Fitri Rahmawati. “Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Marketing, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Silol Kopi Dan Eatery).” *Volatilitas Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 3 (2024): 33–48.
- Iba, Zainuddin, and Aditya Wardhana. *Regresi Linier Sederhana Dan Berganda*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2024.
- Indrawan, Rully, and Poppy Yaniawati. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Jauhari, Siti Sarah. “Produk Fashion Jadi Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di Online Shop,” 2023. https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx#google_vignette.
- Kairupan, Daniel Joel Immanuel, and Olivia Ayu Yovanda. “Pengaruh Public Relation, Advertising, Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Produk Umkm: Studi Kasus Pada Toko X Cake and Bakery.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 16, no. 1 (2021): 1. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.367>.
- Kalangit, Leony Maria, Tommy Ferdy Lolowang, and Yolanda Pinky Ivanna

- Rori. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Esspecto Coffee Manado." *Agri-Sosioekonomi* 21, no. 1 (2025): 953–60.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. 17th editi. Italy: Pearson Education, 2018. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *A Framework For Marketing Management*. United States: Pearson Education, 2016.
- . *Marketing Management*. Boston: Pearson, 2012.
- Lestari, Hepi Dwi. "Skripsi: Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)." IAIN Kediri, 2024.
- Lisgianto, Deddy. "Skripsi: Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seoul Cafe Tanjungpinang." STIE Pembangunan Tanjungpinang, 2023.
- Lutfia, Sindy, and Ninik Lukiana. "Pengaruh Gaya Hidup , Brand Image , Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus Pada Aicy Club , KS Club , dan Dena ' s Club)." *Jobman: Journal of Orgnaization and Business Management* 4, no. 1 (2021): 105–10.
- Malazaneti, Nur, Gunawan Aji, and Farida Rohmah. "Analisis Dampak Online Shop Terhadap Para Pedagang Di Pasar Tradisional Paninggaran." *Sahmiyya* 2, no. 2 (2023): 376–84.
- Mardiana, Dian, and Rosdiana Sijabat. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 6, no. 1 (2022): 9–13.
- Narottama, Nararya, and Natasha Erinda Putri Moniaga. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm." *JUMPA* 8, no. 2 (2022): 741–73. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.290>.
- Pratama, Abdul Aziz Nugraha, and Edi Cahyono. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Salatiga: LaksBang PRESSindo, 2021.
- Pratama, Bagaskhara Putra Erel, and Vinda Maya Setianingrum. "Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Laziza." *The Commecium* 09, no. 03 (2025): 75–86.

- Priyatno, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Media Komputindo, 2018.
- Rahman, Zulfiqar Ravi, and Muzakar Isa. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya.” *Jurnal Manajemen Dirgantara* 16, no. 1 (2023): 89–102.
- Rahmawatiy, Anita. *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2011.
- Riska Aini Putri. “Pengaruh Teknologi Dalam Perubahan Pembelajaran Di Era Digital.” *Journal of Computers and Digital Business* 2, no. 3 (2023): 105–11. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i3.233>.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajem*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020. <https://www.scribd.com/document/660122293/E-book-Metode-Riset-Penelitian-Kuantitatif-Penelitian-Di-Bidang-Manajem>.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metode Penelitian*. Jogjakarta: KBM IIndonesia, 2022.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Shofiyah Khairunnisa, Hety Budiyaniti, and 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): 110–26. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>.
- Simon Kemp. “Pengguna Instagram, Statistik, Data & Tren Untuk Tahun 2025.” DataReportal, 2025. <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2023. https://books.google.co.id/books/about/Statistik_Parametrik_untuk_Penelitian_Ku.html?id=knDKEAAAQBAJ&redir_esc=y.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sujarweni, Wiratman. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa Dan Umum*. Yogyakarta: Ardana Media, 2018.
- Syafarudin, Dadang. “Analisis Pengaruh Penggunaan Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian, Studi Kasus Pada Program Studi Manajemen S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana Garut.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 1 (2024): 77–91.

- The Global Statistics. "Indonesia Social Media Statistics 2025 | Most Popular Platforms." The Global Statistics, 2025.
https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/?utm_source=chatgpt.com.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pert. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera, 2020.
- Wulandari, Anna, and Heru Mulyanto. *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta, 2024.
- Zulfikar, Rizka, Fifian Permata Sari, Anggi Fatmayati, Kartika Wandini, Tati Haryati, Sri Jumini, Nurjanah, et al. *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)*. Bandung: Widina Media Utama, 2024.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.