

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. H., & Helmiawan, M. A. (2018). "Penerapan Strategi *Social Media Marketing* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dealer Mobil Toyota, Daihatsu dan Honda Bandung". *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika dan Manajemen STMIK*. 12 (2): 115-124.
- Azizah, S. (2021). "Peran *Social Media Marketing* Gabag Indonesia dalam Mempertahankan *Brand Equity* pada Pandemi COVID-19". *Jurnal Komunikasi Profesional*. Universitas Budi Luhur. 5(2): 173-183.
- Baack, D., & Clow, K. E. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Edisi ke 7. United States: Pearson Education.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi*. Universitas Mitra Indonesia. 22 (1).
- Ceyhan, A. (2019). "*The Impact of Perception Related Social Media Marketing Applications on Consumers Brand Loyalty and Purchase Intention*". *Emerging Markets Journal*. Beykent University Turkey. 9 (1).
- Chrismardano, dkk. (2019). "Dampak dan Tantangan Dalam Implementasi Social Media Marketing Untuk UMKM". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Trunojoyo Madura. 13 (2).
- Evans, D. (2008). *Social Media Marketing an Hour A Day*. Canada: Wiley Publishing, inc.
- Fauzi, V. P. (2016). "Pemanfaatan Instagram Sebagai *Social Media Marketing Er-Corner Boutique* Dalam Membangun *Brand Awareness* di Kota Pekanbaru". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Universitas Riau. 3 (1).
- Fandy, T., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi ke 5. Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: Badan Penerbit Qiara Media

- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Handayani, B., dkk. (2020). "Social Media Marketing Sebagai Sarana Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Socio-technopreneurship di Universitas Islam Riau". *Jurnal Riset Komunikasi*. 3(2): 177-193.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Edisi ke 14. United States of Amerika: Pearson
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edisi ke 15. New Jersey: Pearson Pretice Hall. Inc
- Lewis, B. K. (2010). *Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College StuChdent. International Journal of Public Relation Society of America*.
- Muharam, A. N. (2021). "Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci (Studi Kasus Pada PT. AA Mapan Perkasa Tahun 2020)". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Telkom. 7 (4).
- Nyoko, A. E. L. (2022). "The Role of Social Media Marketing During the Covid-19 Pandemic". *Jurnal Manajemen Marantha*. Universiti Kebangsaan Malaysia. 21 (2): 113-120.
- Oetomo, B. S. D. (2002). *e-ducation. Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internet Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Purbohastuti, Arum W., & Hidayah, A. A. (2020). "Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser". *Jurnal Bisnis Terapan*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. 4(1): 37-46.
- Simorangkir, H. N. dkk. (2022). "Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Minat Pembelian Produk Nabeezku". *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkmma*. 5 (2).

- Solihin, D. (2020). “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai *Variabel Intervening*”. *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni dan Teknologi*. Universitas Pamulang. 4(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.