

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Cetakan 1). Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agari, B. K., Aryanto, V. W., Sukono Putra, F. F., & Panjaitan, R. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Minat Beli Konsumen Coffee Shop Anantari (Studi Kasus Pada Konsumen di Coffe Anantari). *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 8640-8653. doi:<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.10376>
- Agusfianto, N. P., Andayani, S. U., Sihombing, A. L., Setiawan, A., Amelia, D., Gunawan, C., . . . Wijayanto, S. A. (2023). *Pengantar Bisnis Respons Dinamika Era Digital* (Cetakan Pertama). Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., Billa, E. S., Firmansyah, M. R., & Anggraini, D. S. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Cibeusi: CV. Mega Press Nusantara.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount On Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 2(3), 460-470. doi:<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3>
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Aras, M., Hasibuan, A. N., Fatihah, S., & Rambe, D. (2021). Strategi Promosi Online Instagram dan Strategi Harga Untuk Meningkatkan Minat Beli Jasa Penerbangan Air Asia Rute Jakarta-Singapura. *Mediastima*, 27(1), 18-38. doi:<https://doi.org/10.55122/mediastima.v27i1.210>
- Arikunto. (2019). *Meodologi Penelitian, Suatu Pengantar pendidikan*. Jakarta: In Rineka Cipta.
- Baskoro, F., Wijaya, A. Y., Hozairi, & Asrori, M. Z. (2023). *Media Sosial Untuk Remaja* (Cetakan Pertama). Bandung: Widina Media Utama.
- Berutu, F. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Tamu di Hotel Sunlake Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 8(2), 124-133. doi:<http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v8i2.3805>
- Book, T. S., & Afandi, R. (2019). *How To Win Instagram*. Sleman: Stiletto Book.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., . . . Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian* (Cetakan 1). Yogyakarta: Andi.

- Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., . . . Munizu, M. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)* (Cetakan Pertama). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Enterprise, J. (2018). *SPSS Komplet Untuk Mahasiswa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Ghozali, I., & Laten, H. (2015). *Partial Least Squares. Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Semarang.
- Gunelius, S. (2015). *30 Minute Social Media Marketing*. United State: McGraw Hill.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Cetakan 1). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prectice Hall, Inc.
- Kotler, P., Brown, J. T., & Makens, J. S. (2014). *Pemasaran Untuk Perhotelan dan Pariwisata Edisi ke-5*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandi, H. A., & Priadana, H. S. (2020). *Ragam Analisis Dalam Metode Penelitian. Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Notoatmodjo. (2018). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga. Mempegaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka.
- Oktriyanto, B., Budiarto, G. L., Siahaan, S. O., & Sanny, L. (2021). Effects Of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia. *Turkish Journal Of Computer and Mathematics Education*, 12 (10), 6815-6822. doi:<https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5548>
- Romadhoni, N. P. (2023). *UMKM. Pengembangan, Strategi, dan Studi Kasusnya* (Cetakan Pertama). Surakarta: Unisri Press.
- Salmiah, Fajrillah, Sudirman, A., Siregar, M. H., Simarmata, J., Suleman, A. R., . . . Jamaludin. (2020). *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Mustika, I. W., & Maulidah, S. J. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 3(1), 7-12. doi:<https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.1716>
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Relationship Of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions To Imei Policy (Literature Review Study). *Journal Of Law Politic and Humanities (JLPH)*, 2(2), 66-75. doi:<https://doi.org/10.38035/jlph.v2i2>
- Schiffman, & Kanuk. (2015). *Consumer Behavior. 11th Edition*. Global Edition.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran (Cetakan Pertama)*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Cetakan Kelima Belas)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Galia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Jurnal Ecobisma*, 6(2), 83-88. doi:<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Teguh, F. (2023). *Tata Kelola Destinasi. Membangun Ekosistem Pariwisata*. D. I. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. California: Sage Publications, Inc.
- Utomo, C. Y., Anita, E., & Putri, N. S. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan Online Customer Review di Aplikasi Pesan Antar Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen Umkm Eloka Corndog Kota Jambi. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 132-145. doi:<https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.2090>
- Wogo, A. N. (2020). Penggunaan Instagram dan Facebook Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Korfnsumen di Toko Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin. *Eprints Uniska*. Retrieved from <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3517>
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., . . . Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif. Teori, Metode, dan Praktik (Cetakan Pertama)*. Bandung: Widina Media Utama.