

DAFTAR PUSTKA

- Arrozak, Y. P. D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Yoichiz Melalui Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- <https://tagar.co/pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-orang-pada-tahun-2025/>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32-40.
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1348-1358.
- Khairunnisa, S., Budiyaniti, H., & Haeruddin, M. I. W. (2022). 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(4), 110-126.
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. *Pro Mark*, 11(1), 10-10.
- Lutfiyah, L., & Nuzil, N. R. (2025). Pengaruh Social media marketing Instagram, Shopping Lifestyle, E-Wom Terhadap Purchase Intention Dan Purchase Decision Pada Thrifting. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 7717-7723.
- Nikonov, F., & Prasetyawati, Y. R. (2023). Pengaruh Social media marketing Melalui Instagram dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan GuÃ le Cosmetics. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 82-98.
- Nursiti, N., & Giovenna, A. (2022). Pengaruh social media marketing, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(1).

- Nurhidayat, M., & Maulidan, M. R. (2023). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK HEPsi. IND. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 102-113.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis *social media marketing* melalui Instagram terhadap keputusan pembelian pada produk clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(3), 397-411.
- Saragih, G. P. (2025). *Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Saputra, A. R. S. (2023). *Pengaruh social media marketing, persepsi harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada konsumen sAerostreet Di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Savitri, G. A. P. G. (2023). *Pengaruh Tingkat Social Media Engagement Pada Akun Tiktok@ Avoskinbeauty Terhadap Minat Beli Produk Avoskin* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep penelitian kuantitatif: Populasi, sampel, dan analisis data (sebuah tinjauan pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1-12.
- Suroto, K. S., Setyabudi, I., & Nurhidayat, M. (2025). Strategi Pemasaran Arang Briket untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 9(2), 185-196.
- Nurhidayat, M., & Maulidan, M. R. (2023). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK HEPsi. IND. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 102-113.