

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Setyana, a. A. Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk.
- [2] Fitria, a. N., & christina, c. (2023). Analisis pengaruh social media marketing instagram, word of mouth dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen fesyen noor. *Jurnal performa: jurnal manajemen dan start-up bisnis*, 8(2), 136-146.
- [3] Diyatma, a., & rahayu, i. (2017). Pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap keputusan pembelian produk saka bistro &bar. *Eproceedings of management*, 4(1).
- [4] Fredik, t. F., & dewi, s. I. (2019). Analisis pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ilmu sosial dan ilmu politik (jisip)*, 7(2).
- [5] Anita, s., & fajarini, s. D. (2022). Pengaruh facebook, instagram, dan whatsapp, terhadap keputusan membeli produk kosmetik wardah pada pelanggan di kota bengkulu. *Jurnal madia*, 3(1), 50-61.
- [6] Oktafiana, n. K. (2018). *Pengaruh media sosial instagram, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk ashanty beauty cosmetic di surabaya* (doctoral dissertation, universitas 17 agustus 1945).
- [7] Amalita, r., & rahma, t. I. F. (2022). Pengaruh kemudahan, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di marketplace facebook pada mahasiswa/i uinsu dengan structural equation modeling. *Jmbi unsrat (jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi)*, 9(2).
- [8] Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 22(1), 28-41.
- [9] Effendi, M., Nisusmiati, M., Azhar, R., & Amelia, R. (2023). Media Sosial (Instagram dan Facebook) terhadap Promosi Pemasaran. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 1-10.
- [10] Rahmah, N. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh promosi social media instagram dan facebook terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).

- [11] Limbong, A. R. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Citra Destinasi dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisata Lembah Pelangi Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- [12] Nyoko, A. E., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di media sosial Facebook terhadap keputusan pembelian. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(1), 63-76.
- [13] Batee, M. M. (2019). Pengaruh media Sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313-324.
- [14] Irfansyah, F. (2023). Pengaruh media sosial facebook terhadap keputusan pembelian konsumen warmindonie di cikarang barat (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- [15] Amini, D. N. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Pelanggan pada Usaha Kecil Sajodo Snack Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(1), 52-62.
- [16] Ariesta, I., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Produk Kartu Halo Pt. Telkomsel West â€“Jabodetabek. *eProceedings of Management*, 6(2).