

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Amarazka, V., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 507–513. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>
- Anggraini, V., & Ilhami, M. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Vlawless Kefir Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(1), 216–226.
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Graby Bites. *Performa*, 5(6), 449–457. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1822>
- Arianty, N., Jasin, H., Nasution, P. L. K., & Cjristina, I. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 14–23.
- 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.
- Fahmi, M. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 65–72.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding The National Conference on Management and Business (NCMAB)* (pp. 690–705)
- Firmansyah, (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Gultom, D. K. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 1(1), 81–94.

- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Hotimah, H., Firdaus, M., & Amin, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UKM Makaroni Bantet Banyuwangi). *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(1), 16–29. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i1.542>
- Indrawati, K. A. P., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna oleh-oleh khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 78–83.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.
- Kotler, P, & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- Muttaqin, Z. (2012). Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(2), 103–109.
- Nafisah, H., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Promosi Berbasis Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Produk Health Food Dan Beverages HNI HPAI (Studi Kasus Di Distributor Canter Halalmart Jangkung Kecamatan Tanjung). *Jurnal Stiatabalong*, 3(2), 946–955.
- Nurgayatri, A. R., & Suyanto, A. (2016). Pengaruh Promosi Online pada Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand ElMeira. *eProceedings of Management* (Vol. 3, pp. 2679–2687).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2), 62–71.
- Philip, & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices , Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.

- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 233–247.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sofjan, A. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran (1st ed.)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono, (2016), *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Rineka Cipta
- Sulaiman, S., & Suparjono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Rumah Kue Delina Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 767–774. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i4.381>
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Walyoto, S., & Sujarwati, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Willem, A., Tumbel, A. L., & Samadi, R. L. (2020). Analisis Efektivitas Marketing Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pelanggan D'brothers Laundry. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 156–1165.

- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Wiridjati, W., & Roesman, R. R. (2018). Fenomena Penggunaan Media Sosial Dan Pengaruh Teman Sebaya Pada Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 275–290.

