

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, E. H., Imanda, A. 2019, Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(1), h. 43.
- Agustin, S., 2020. *Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pebelian Sepeda Motor Produk Yamaha Pada PT Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan*. Skripsi diterbitkan. Riau: Fakultas Syariah Dan Hukum UINSSK Riau.
- Arif, M. 2021. Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora. 1, h. 112-113
- Arifianti, N., 2019. *Pengaruh Media Sosial Dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sarang Madu Murni Dan Pengelolaan Media Sosial Di Sarang Madu Murni*. Skripsi diterbitkan. Jakarta: Program Studi Agribisnis UINSH Jakarta.
- Bate'e, M.M. 2019 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 2(2), h. 315 – 318.
- Bate'e, M.M. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 2(2), h. 314-315.
- Damayanti, Y. 2019. Kajian Literatur Efektifitas Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal manajemen dan inovasi*, 2(2), h.37
- Doni, R.F. 2017 Perilaku Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Journal on Software Engineering* 3(2), h. 15-16
- Fitriani, Y. 2021. Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*. 5(2), h. 1007-1008.

- Juwita, R. 2017. Media sosial dan perkembangan komunikasi korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol. 20 No. 1, h. 48-51
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Muslihah, F., 2018. *Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*. Skripsi diterbitkan. Lampung: Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UINRIL Lampung.
- Oemar U. 2019. Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Stie Rahmaniayah. *JURNAL MANAJEMEN KOMPETEN*, 2(2), h.
- Oemar, U. 2019. Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Program Studi S1 Stie Rahmaniayah Sekayu. *Jurnal manajemen kopten*. 2(2), h. 53-56.
- Rangkuti, F. (2016). *Pemasaran Strategik: Konsep, Analisis, dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslina.Y, (2013) Pengaruh Atribut Produk, Iklan dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Shopping Goods Melalui Media Online. *Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi* 11, No 1,(78) Ekawati Rahayu Ningsih, Perilaku Konsumen, h.140.
- Sari, N., Saputra, M., dan Husein, J. 2017 Pengaruh *Elektronik Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*. 3(1), H. 100-101
- Sari, N., Saputra, M., Husein, J. 2017. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*. 3(1). h. 100.
- Sugiyono, T. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Alfabeta.
- Wibowo, A. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Sosial Media Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian PayTV Transvision

Studi Kasus: Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Pasundan*, 5(2), 1-10.

Yopi. 2020. *Strategi Pemasaran UMKM Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Untuk Menunjang perekonomian Di Era Digital Pada Masa Pandemi*. Depok: Program Pascasarjana STIE DEPOK.

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., Lismayani. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan dimajelis taklim Annur Sejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 2(1), h. 2-3.