

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun instrumen penelitian & uji validitas-reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019. *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlanggafikri.
- Mulyono, (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Sleman : Deepublish.
- Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Panjawa, J. L., & Sugiharti, R. (2021). *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Roflin, E., & Riana, F. (2022). *Analisis Korelasi Dan Regresi*. Penerbit NEM.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Suyono, (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

**Jurnal :**

Algifari, M. A. A., & Hidayat, R. (2020). Efektivitas Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Expert Course Di Bandung Pada Tahun 2020 (studi Kasus Expert Course Di Bandung 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).

Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Dki Jakarta). *eProceedings of Management*, 8(2).

Aprilianti, O., & Wibowo, S. (2019). Analisis Iklan Pada Media Sosial Instagram Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Pada Indihome Buah Batu Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).

Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada ADA Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466-477.

- Assalam, A. F., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Brand Experience Terhadap Minat Beli Ulang Tunas Daihatsu Soekarno-Hatta Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Cahyani, A. I., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Media Sosial Marketing Pada Instagram@ Herbalhayatii Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Fauzi, R., & Wibowo, S. (2020). Analisis Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-commerce Lazada (studi Pada Konsumen Lazada Di Kota Bandung Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Fibrianingsih, S. (2019). *PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Fikri, K., Hermawan, H. A., SE, M., Bingky Landarica, S. E., & Ak, M. (2022). *PENGARUH PENGUNGKAPAN INTEGRATED REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP HARGA SAHAM (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Gracela, A., Cerlita, V. N., & Zulfannullah, Z. (2022). *Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Online*. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2).
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147-152.

- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Hasan, M. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Hari-hari Umum Pikiran Rakyat Di Kota Bandung Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Heryanto, C. A., Korangbuku, C. S., Djeen, M. I., & Widayati, A. (2020). Pengembangan dan Validasi Kuesioner untuk Mengukur Penggunaan Internet dan Media Sosial dalam Pelayanan Kefarmasian. *Farmasi*, 8(3).
- Khasanah, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce sebagai Media Pemasaran dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 51-62.
- Kurniawati, A., & Ariyani, N. (2022). Strategi promosi penjualan pada marketplace shopee. *Propaganda*, 2(1), 65-79.
- Megawati, S. (2021). Pengembangan sistem teknologi internet of things yang perlu dikembangkan negara indonesia. *JIEET (Journal of Information Engineering and Educational Technology)*, 5(1), 19-26.
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19 (studi Kasus Pada Sarawa.co). *eProceedings of Applied Science*, 7(1).
- NAFIS, N. M. (2019). *POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA INFLUENCER DENGAN FOLLOWERS DI SOSIAL MEDIA INSTAG* (Doctoral dissertation, Perpustakaan).
- Nanda, A. S., & Fitriyani, F. (2022, December). Peningkatan Digital Skill Dan Networking Umkm Paper Core Berbasis Media Sosial Pada Masyarakat Desa

Tanggungjawab Timur Sidoarjo. In *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASSTEKMU)* (Vol. 2, No. 1, pp. 149-160).

Nasir, M., & Kusuma, A. H. P. (2019). Kegiatan E-Marketing Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar. *Celebes Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 01-08.

Putra, R. P., & Sastika, W. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Cafe. in Bandung 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).

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).

Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. Pro Mark*, 10(1).

Saragih, E. G. (2019). *Pengaruh Nilai Hedonis Dan Nilai Pelanggan Terhadap Niat Berperilaku (Studi Kasus Pada Konsumen Koma Fine Coffee Di Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pemasaran*, 195-206.

Yanis, N. S. M., Hidayat, R., & Lutfie, H. (2019). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Elzatta Bandung Tahun 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(3).

### **Internet**

- <https://wearesocial.com/> (diakses 15 Oktober 2022)