

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhamad Al Faruq, Indra Sani, dan Wenny Desty Febrian. 2025. *Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Abubakar, Rifa'i. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Anggraeny, Antonia Dewi, I Dewa Ayu Sri Yudhari, dan Gede Mekse Korri Arisena. 2022. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Oles Bokashi. *Jurnal Hexagro*, 6(2).
- Aswar, N. F. 2025. *Perilaku Konsumen*. Tahta Media, Surakarta.
- Ciswati, S. 2023. Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2).
- Daulay, S. R. 2019. Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Minuman Kesehatan Instan Alvero. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 2901–2910.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., dan Nugroho, A. 2023. *Strategi Pemasaran*. CV Intelektual Manifes Media, Yogyakarta.
- Hidayati, J., Hasibuan, R., dan Hasibuan, S. 2022. Analysis of Consumer Perceptions of Interest in Buying Halal Hand Soap Products. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Istanbul, Turkey.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Praktek yang Efektif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Julitawaty, W., Willy, F., dan Goh, T. S. 2020. Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan terhadap Efektivitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 43–52.
- Marcella, D., dan Nugraha, A. K. N. A. 2023. Pengaruh Content Marketing, Promosi, dan Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Barenbliss pada Platform TikTok. *Jurnal Dinamika Ekonomi Rakyat*, 2(1), 17–34.

- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., dan Warsono, W. 2023. Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus pada Gen-Z di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.
- Ningsi, W. P. W., dan Ekowati, S. 2021. Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 2(1), 50–54.
- Nilawati, dan Fati, N. 2023. *Metodologi Penelitian*. Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Payakumbuh.
- Niswatussolihah, S., Sembiring, B. K. F., Marhayanie, M., dan Siregar, S. H. 2023. Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Quality dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Parfum Local Brand HMNS pada Pengguna Instagram dan Twitter. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(4), 244–263.
- Nurdin, I., dan Hartati, S. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia, Surabaya.
- Nurhadi, Ahmad. 2023. *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Yayasan Sahabat Alam Rafflesia, Bengkulu.
- Putri, A. A. S., dan Santhuso, A. 2025. The Influence of Social Media Promotion and Brand Awareness on Purchase Intention: A Study on Maybelline Consumers. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 233–242.
- Qoyyimah, M., dan Hartini, S. 2024. Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Kunjungan Pelayanan Kesehatan. *MAHESA: Malahayati Health Student Journal*, 4(11), 4962–4978.
- Rangkuti, F. 2024. *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Pradina, Sukoharjo.
- Rauf, A., Orba, S., Tri, M., Ardiansyah, E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Gloriman, V., Genesis, M., Depari, S., Rahajeng, E., Dwi, M., Sri, A., Riorini, V., dan Sudarmanto, E. 2021. *Digital Marketing*. <http://insaniapublishing.com>. Diakses pada 27 Juni 2026.
- Rachmad, Y. E., Setiawan, Z., Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., Munizu, M., dan Manaf, P. A. 2023. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Studi Kasus)*. PT Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.

- Regina, T. 2024. Dampak Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 13(1), 50–56.
- Satriadi, W., Hendrayani, E., dan Siwiyanti, L. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru, Yogyakarta.
- Sudirman, A., dan Musa, M. 2023. *Strategi Pemasaran*. Intelektual Karya Nusantara, Makassar.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sundari, E., dan Hanafi, I. 2023. *Manajemen Pemasaran*. UIR Press, Pekanbaru.
- Sudarman, S. 2024. Pola Penggunaan Media Sosial Masyarakat Desa Bligo, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 88–97.
- Uluwiyah, A. N. 2022. *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama, Yogyakarta.
- Vikaliana, R., Si, S., Agung, P. M., Awin, M., Renatalia, F., Reza, R., Heru, K. R., Edward, N., Franciscus, D., Suharni, M., dan Laila, U. 2022. *Ragam Penelitian dengan SPSS*. Tahta Media Group, Surakarta.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, R., Khairunnisa, K., Lestari, S. M. P., Devrianya, A., Wijayanti, D. R., Hidayat, A., Dalfian, D., Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, A., Widya, N., dan Rogayah, R. 2023. *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV Science Techno Direct, Pangkalpinang.
- Widodo, A. S. 2025. *Bauran Pemasaran*. PT Penerbit Naga Pustaka, Bekasi.
- Yudha, A. P., Alipudin, A., dan Wihartika, D. 2024. Purchase Intention: Social Media Promotion and Content Marketing Strategies to Increase Interest in Buying Cosmetic and Skincare Products. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7(1), 799–808.
- Zainurossalamia, S. 2020. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja, Praya.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan Gremler, D. D. 2020. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education, New York.