

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2019). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian susu Morinaga di kota Lhoksuemawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).101-105.
- APJJI. (2024). Jumlah pengguna internet indonesia (<https://teknologi.bisnis.com/read/20250123/101/1834227/prediksi-apjji-pengguna-internet-ri-capai-231-juta>).diakses 02 januari 2024
- Aghniya, fasha urfaini dan Komala, adeh ratna. (2022). Lebarakan Sayap Penjualan Melalui Marketplace. *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting*,2(1),110-118.
- Anindya, fahira dan Indriastuti, herning. (2023).*The Rise Of Viral Marketing And Brand Awareness Infuelnce Purchase Decisions Of Something Proudct.International Jurnal Of Economics,Bussines And Accounting Research* 7(1),173-183.
- Andriani, della, Suci, rahayu puji, dan Zulkifli. (2023). Pengaruh promosi Media Sosial Instagram Starcross Terhadap Keputusan Pembelian Dimensi Minat Beli (Studi pada Generasi Milenial Malang). *Jurnal Economia*,2(3),107-121.
- Budiarti, Ratu Hedy Syahidah. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Keberhasilan Bisnis.*Jurnal Ilmiah Manajemen*,14(2),405-416.
- Ciswati, siska dan Septayuda, irwan. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi*, 9.(2),61-71.
- Cen, cia cai. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kuliatas Produk, Dan Merek Terhadap Minat Beli Di Toko Pakaian Kimberly.*Jurnal Ekonomi*,9(2),55-65.
- Fernanda, Andrie dan Choiriyah. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (MARKETING MIX) Pada PT. Takafur Keluarga Cabang Palembang.*Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*,3(2),305-320.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Hasan, muhammad fachry dan Wibowo, sampurno. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Harian Umum Pikiran Rakyat Tahun. *e-Proceeding of Applied Science*,6(2),954-955.
- Hudha, ardian nur, dan sulihyantoro, aryanto budhi. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner Pada Followers Akun @kulinerdisol di Kota Surakarta.
- Indika, D. R. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana Promosi untuk meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis terapan*1(1),80-85.
- Kurniaman Putra, (2017) Teknik Pengolahan Data. (Online) ([http://putrakurniawan.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan data/](http://putrakurniawan.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan-data/)) diakses 23 Mei 2023
- Lukito, Wibi Anindra dan D, Aswin Fahmi. (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.
- Maulidin, Saputra adnan, Sari anggi, Munawarah itatul, Regita erica. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce.*Jurnal Islamic Ecoomics,Business,And Philanthropy*,1(1),101-110.
- Novely, caetleen tabitha. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shoppe Live Di Kota Tangerang.*Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*,3(1),90-95.
- Nabilla, Augusti Gesta dan Tuasela, Antje. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pada Diva Karakore Rumah Bernyanyi Di Kota Timika.*Jurnal Kritis*,5(2),75-110.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (*Marketing Mix*) Perspektif Ekonomi Syariah.*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*,6(2),120-130.
- Owen, dan Susanto, Eko Harry. (2021). Pengaruh Promosi Makanan Tradisional Ngai Soya Beancurd di Instagram Terhadap Minat Beli.*Jurnal Prologia*, 300-306.
- Purbowati. (2021). Teknik Analisi Data: Apa, Bagaimana, dan Ragam Jenisnya,(<https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/teknik-analisis-data-apa-bagaimana-dan-ragam-jenisnya>). diakses 1 April 2021.

- Putri, rami syah, Safri, indra. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru.*Jurnal Valuta*, 1(2),298-321.
- Rofiudin, mohammad, Shabry, moh, Juniarsa, nurjahja. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya.*Jurnal Ilmu Sosial*,19(2),405-415.
- Purbohastuti, arum wahyuni. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret.*Jurnal Sains Manajemen*,7(1),308-412.
- Rismalia Fedy, Akhmadi heri, Kamardiani diah, Phan nguyen, Ameh michale. (2022). *Effect of Instagram Promotion on Consumerpurchase intention: evidence from Indonesia traditional food of bakpia*. E3S Web of Conferences 361.1(2),111-115.
- Sari, Intan Novita dan Syahputra. (2023). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kripik Belings.e-Procedding of Management,8(4),3704-3714.
- Stansyah, Tegar, Seiya, Choirunnisa. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food.*Jurnal Pendidikan Tata Niaga*,11(1).60-77.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Simanjuntak, Vera Clara, Kusumaningrum, Dewi Ayu, dan Desthari, Mella. (2022). *The Effect of Relationship Marketing, Promotions, and Brand Image on Purchasing Decision of Sahira Dates Syrup*. *South Asian Journal of Social and Economics*1(1), 22-32.
- Syafranita, nova, Asnawi, muhammad, Al firah. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syahbani Di Pusat Pasar Medan.*Jurnal Bisnis Corporate*,7(2),55-60.
- Selong, mitri tanti. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minuman Coklat Kekinian Kota Sorong.*Jurnal Eknomi Dan Bisnis*,11(3),880-887.
- Suryawijaya, hendi dan Rusdi, farid. (2021). Pengaruh Daya Tarik Di Media Sosial Instargam Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo Di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat.*Jurnal Prologia*,5(1),60-66.

- Suparnoto,ridho fikhri dan Setiobudi, auditia (2020). Pengaruh Promosi Media Instagram Terhadap Minat Beli Produk Havermood.*Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*,5(5),405-412.
- Syahputra, rizki. (2019). Strategi Pemasaran Dalam AlQuran Tentang Promosi Penjualan.*Jurnal ECOBISMA*,6(2),101-127.
- Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi.*Jurnal Humaniora*,16(2),60-99.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi. Yogyakarta.
- Wongkar, Keyri Eleison Grantino, Lumanaw, Bode, Kawet, Raymond Ch. (2023). Pengaruh *Viral Marketing Food Quality* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado.*Jurnal EMBA*,11(3),432-441.
- Wilanda, Gea Kandita dan Nasir, Januardi. (2023). Sistem Informasi Pemasaran Pada Toko Roti PT. Andalas Putra Pangan Berbasis Android.*Jurnal Of Scientech Research and Devolopment*,5(2),67-88.