

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko RR Stuff di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa Febi)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *OSF Preprint*, 1–16.
- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jom FISIP*, 02(2), 1–24.
- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Andriani, D., Suci, R. P., & Zulkifli. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Sraecross Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli (Studi pada Generasi Milenial Malang). *Jurnal Economina*, 2(3), 822–835. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.404>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Anggraeni, T. C., & Kojra, D. A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 116–129.
- Anindasari, A. P., & Tranggono, D. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Pengikut Akun @skintific_id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 13–26. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10077520>.
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemandaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee.Ca Buquet Sidoarjo. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(4), 1–9.
- Anugrah, T. (2020). *Faktor-Faktor Yang Menentukan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Barbershop Di Mataram (Studi Kasus Pada Friends Barbershop, Woods Barbershop dan Crowns Up Barbershop Mataram)*. Univrsitas Muhammadiyah Mataram. [Universitas Muhammadiyah Mataram]. <https://repository.ummat.ac.id/1219/1/cover-bab3.pdf>
- Arianty, N. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 68–81.
- Asiah, R. B., & Manap, A. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-

- Commerce Shopee. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 6753–6766.
- Atmoko, B. D. (2013). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta : mediakita.
- Cahyono, A. S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *E-Journal Marine Inside*, 1(2), 140–157.
- Ci, A. M., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(3).
- Ferdy Ilham Fachrezy, M., & Artadita, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Brodo Di Kota Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 814–828. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.48162>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Ganesha, T. P., Rinanda, S., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Thrift store di Instagram. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.46757/demand.v2i1.140>
- Gunarto, W. S., & Susanto Pranoto, H. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, E-Commerce, Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Toko Offline Pada Family Business Universitas Ciputra Angkatan 9. *Performa*, 8(2), 169–177. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i2.3051>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Ilmaya, F. (2011). Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang [Universitas Diponegoro]. In *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <http://eprints.undip.ac.id/28966/1/Skripsi014.pdf>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Irhamni, M., & Arifin, J. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Barang Alat Tulis Kantor Dan Jasa Fotografi Di Toko Aneka Foto Studio Tamiang Layang. *Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 4(1), 241–257.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 200–210. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i1.4071>
- Karnawati, T. A., & Santoso, R. (2023). Keputusan Pembelian Sepatu di FU Second

- Branded Malang yang dipengaruhi oleh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 480–487. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.292>
- Khatib, F. (2016). The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41–50.
- Mausul, C. D., & Ma'mun, M. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Tiktok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna Live Streaming di Akun Media Sosial TikTok @imazanhijab). *Karimah Tauhid*, 3(2), 2391–2400. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12063>
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>
- NapoleonCat. (2024). *Instagram users in Indonesia February 2024*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/02/>
- Nasrullah, D. R. (2017). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1136236>
- Nursiti, & Aprillia, G. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Okiamo, F. (2021). *Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala Jakarta]. <https://media.neliti.com/media/publications/492520-pengaruh-media-sosial-instagram-dan-kual-0d7d0d02.pdf>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rahmandani, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Bandar Lampung Pada Thrifth Shop (Pakaian Bekas Branded) Bandar Lampung* [Universitas Teknokrat Indonesia Bandar Lampung]. <http://repository.teknokrat.ac.id/id/eprint/5798>
- Reniaty, I., Agustin, R., Chorunnisa, Suryani, D., Risdiana, R., Trisnawati, O., & Kudus, W. A. (2022). Penggunaan Instagram Sebagai Media Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Studi Kasus Ragam Sosial Budaya Perspektif dan Konteks Psikologi Sosial). *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 363–370. <https://doi.org/10.37304/jpips.v14i2.7779>
- Rini, D. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 5(3), 261–278.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen* (1st ed.).

Deepublish.

- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34769>
- Salam, R. F. R. (2021). *Pengaruh Media Sosial, Lingkungan Layanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Berkunjung Kembali*. Universitas Komputer Indonesia.
- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 85–95.
- Sari, Y., & Dwiridotjajtjono, J. (2024). Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Pada PT. Anugerah Santosa Abadi Di Surabaya. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(2), 53–59. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i2.253>
- Shalihah, N. F., & Hardiyanto, S. (2021). *Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>
- Sibtiyah, S., & Latief, M. J. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pebisnis Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 103–112. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.752>
- Social, W. A. (2024). *Digital 2024*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Stephany Claudya, & Neng Siti Komariah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 115–124. <https://doi.org/10.31599/jiam.v17i2.703>
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of Influencers in Consumer Decision Process: Impact of Influencers in the Fashion Industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 93(3), 14–30. <http://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&PAGE=reference&D=emed5&NEWS=N&AN=12656442>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sulistina, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Intentsitas Iklan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Mencetak Pada Solusi Percetakan* [Politeknik Harapan Bersama]. <https://perpustakaan.poltektegal.ac.id/index.php?p=fstream&fid=21532&bid=42>

- Suryadi, Yateno, & Kurnia, D. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(3), 587–601.
- Suryaningsih, A. (2020). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan Sains Dan Teknologi*, 7(1). <https://doi.org/10.52005/belaindika.v5i1.100>
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospital Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87.
- Udayana, I., Cahyani, P. D., & Feri, E. E. (2024). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 427–435. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.24791>
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In M. Surur (Ed.), *Tahta Media Group* (1st ed.). Tahta Media Group.
- Virginia, V. (2021). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Makanan Merek Gildak*. 1–12. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Jurnal Bisnis 2017*, 5(1), 1–17.