

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. S. (2022). Analisis Keberhasilan Penggunaan Media Sosial Terhadap Penelitian Mahasiswa. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 1-8
- Arsi, A. (2021). Langkah-Langkah Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen dengan Menggunakan SPSS [Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar.]. <https://osf.io/preprints/osf/m3qxs>
- Cahyono, A. S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat. *Journal Publiciana*, 9(1), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Chandra, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk “ *CHATIME*” Di *Kelapa Gading Jakarta Utara* [Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta]. 35–50
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Darmawan, I. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Bocah Tua Di Hokky Graha Family Surabaya. Universitas Bhayangkara Surabaya.20–50
- Fathin, A. L. . (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fauziah, N., Sunaryo, Y., & Ruswana, A. M. (2021). Analisis Kemampuan Penalaran Matematis Berdasarkan Gaya Belajar Siswa. *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 119–121. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v2i3.6197>
- Fillayata, V. ., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung) [Politeknik Negeri Bandung]. https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAadCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DPVAadCwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAadCwAAAAJ%3ATQgYirikUcIC%26tzm%3D-420
- Games, D., & Ramadhani, R. . (2022). Inovasi Produk Dan Jejaring Pada Usaha Kecil: Studi Kasus Kerajinan Perak Koto Gadang. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 27(1), 13–23. <https://doi.org/10.20961/jkb.v27i1.52148>

- Gumilar, T. ., & Sulistiyowoti, R. (2018). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), iii–vii. <https://doi.org/10.1016/j.jns.2018.09.022><http://dx.doi.org/10.1016/j.ejphar.2009.04.058><http://dx.doi.org/10.1016/j.brainres.2015.10.001><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=2854659&tool=pmcentrez&rendertype=abstract><http://w>
- Gusnasari, K. (2021). Keputusan Pembelian Batik Jambi (Studi Kasus Ukm Zhorif Kota Jambi) Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi Tahun 2021. Universitas Batanghari Jambi.
- Hasibuan, E. A. (2019). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017-2018. Universitas Medan Area.
- Irayanti, D., & Tumbel, A. . (2020). Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di Bei. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1473–1482.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Juliana. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembeian Pada Angkringan Kopi Senja Medan. Universitas Medan Area.
- 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.
- Kumendong, N. M., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 10(4), 1685–1696.
- Kusumo, A. R. . (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. Universitas Diponegoro Semarang.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 27. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Lisgianto, D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Brand Somethinc. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan

Tanjung Pinang.

Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.

Mamesah, P. R. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Horison Kendari [Universitas Sam Ratulangi]. <https://doi.org/10.52423/bujab.v1i2.9562>

Mania, S. (2014). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>

Megawati, Ernawati, S., & Muhajirin. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Di UKM Dina. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(3), 35–46. <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jeber/article/view/119/108>

Meilinda. (2018). Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society & Media*, 2(1), 53–64. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index>

Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court UNY). *Jurnal DINAMIKA TEKNIK*, XIII(1), 24–32.

Nasution, H. F. (2019). Instrumen Penelitian Dan Urgesinya Dalam Penelitian Kuantitatif [Universitas IAIN Padangsidipuran]. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Novita, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian [Universitas Islam Riau]. file:///C:/Users/Owner/Downloads/Agung_Raharjo_Wibowo_Kusumo.pdf

Nurdewi. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>

Oktaviani, D. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro]. 15–40

Pramadani, S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk , Relationship Marketing , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Food and Bakery Di Herda Cake Jember. Universitas Islam Negeri.

Pratama, S. A., Hakam, M. S., & Nurtjahjono, G. E. (2015). (Studi pada karyawan

- PT . Asuransi Jiwasraya (Persero) Malang Regional Office). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 109–116.
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. . (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 286–303.
- Ridha, N. (2020). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian. *Computer Graphics Forum*, 14(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–15. www.pom.go.id
- Sari, I., Idris, M., & Saripuddin, D. (2020). Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, Word of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Homemade Di Kota Makassar. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 105–122. <https://doi.org/10.37476/jbk.v9i1.873>
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). *Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Sihombing, I. F. . (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Sun Supermarket Medan. 69–70.
- Sondari. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Nanoenkapsulasi Ekstrak Pegagan Sebagai Sediaan Untuk Mengatasi Selulit. *Jurnal Teknik Industri ISSN*, 3(1), 2–3. <https://doi.org/10.25105/jti.v3i1.1586>
- Sugianto, I. C. (2017). Analisis Faktor yang Berhubungan Dengan Dampak Penggunaan Media Sosial Oleh Remaja Di Sman Kota Pasuruan [Universitas Airlangga Surabaya]. <https://repository.unair.ac.id/77624/>
- Sugiarti, L. (2020). Penagaruh Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembuatan Jok Mobil Pada Toko Ari Jaya Modifikasi Kota Bagan Batu Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Sulistiono, & Keren. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor]. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Surokim. (2016). Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi. In *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & AspiKom Jawa Timur*. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp->

content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOMUNIKASI-JADI.pdf

- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2023). Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Mashiul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(1), 76–178. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Sutrayani. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Kumala Celebes Motor (*Mazda Makassar*). Universitas Muhammadiyah Makassar. 25–35
- Tamarindang, B., Mananeke, L., & Pandowo, M. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank Bni Cabang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 5(2), 1602–1605.
- Ulfa, W. S., & Fikriyah, K. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim di tiktok shop. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 106–118.
- Vitantri, F. ., Saptianing, & Hermawan, I. (2020). The effect of Innovation Products, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decision of Datsun Type Cars. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 6(2), 138. <https://doi.org/10.32497/jobs.v6i2.2540>
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2018). Uji Persyaratan Analisis (Vol. 15, Issue 1). <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Wirantasa, U. (2017). Pengaruh Kedisiplinan Siswa Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 7(1), 83–95. <https://doi.org/10.30998/formatif.v7i1.1272>
- Yewam, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar [Universitas Sam Ratulangi]. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.42329>
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 94–105.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayanti, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 20–40