

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Umma Fariyah (2011). *Strategi Rown Division Dalam Memanfaatkan Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Sarana Promosi Secara Onlie*.
- Angipora Marius. P (1999) *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan (2006). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo
- Charles W.Lamb, Joseph F. Hair dan Carl McDaniel (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat
- Dailey (2009). *Peculiarities of Social Media Integration Into Marketing Communications, Dubuque, IA Brown & Benchmark*
- Diyatma, Aris Jatmika.(2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro dan Bar*. Jurnal e-Procceeding of Management Volume 4 No 1
- Durianto, D., Sugiarto dan T. Sitinjak (2003). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia
- Enggriani, Mimi. (2019). *Pengaruh Promosi Media Sosial Line terhadap Keputusan Pembelian di Sturbucks Mall Taman Anggrek*. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Volume 2 No 3
- Fandy, Tjiptono (2004) *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Fandy, Tjiptono (2005). *Brand Management and Strategy*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Fandy, Tjiptono (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi
- Fatimah, Feti (2017). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 3 No.1
- Ghozali, Imam ( 2009). *Applikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*. Edisi Keempat. Universitas Diponegoro
- Hendrayati, H . ( 2018). *Food Blogger Review on Instagram as an Alternative for Helping Consumer Purchase Dicision*. Bandung:Jurnal Economics,Bussines and Management Research Volume 117

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200819154002-185-537377/survei-5-media-sosial-paling-populer-di-dunia>

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

<https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/Facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-Indonesia?page=all>

<https://www.kompas.com/sains/read/2020/06/10/163300823/penemuan-yang-mengubah-dunia--era-media-sosial-facebook-jadi-yang?page=all>

<https://web.Facebook.com/business/learn/directory>

Jaiz, Muhammad (2014). *Dasar – Dasar Periklanan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Jonathan, Sarwono (2006) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Kotler, Amstrong (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : Prenhallindo

Kotler, Philip (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi keenam. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia

Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Jakarta : Erlangga

Kotler dan Keller (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Latan, Hengky dan Selva Temalagi (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Progam IBM SPSS 20.0*. Bandung : Alfabeta

Linianti, Elin. (2018). *Pengaruh Promosi Instagram terhadap Keputusan Pembelian di Food Court*. Jurnal Management dan Kewirausahaan Volume 2 No 2

Masri, Singarimbun dan Effendi, Soffian (2006). *Metode Penelitian Survei (Editor)*. Jakarta : LP3ES

- Nurjannah,Siti (2020) *Strategi Promosi Akun Instagram @surabaya\_foodies Pada Peningkatan Penjualan Kuliner*
- Nuryakin, Surwanti, dan Wikana. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Rasa Percaya Pada Media Sosial. Proceeding 6<sup>th</sup> NCAB (National Conference On Applied Business)*
- Priyanto, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media
- Purwanto dan Sulistyastuti (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif : Untuk Administrasi Publik dan Masalah – Masalah Sosial*. Yogyakarta : Gava Media
- Putri, Noviani. (2020). *Pengaruh Determinasi Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Giggibox Cafe dan Resto Bandung) pada Tahun 2020*. Jurnal E-proceeding of Applied Science Volume 6 No 2
- Ririmasse, Cecilia Steveny Jaqualine. (2018). *Pengaruh Media Sosial terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Ora Beach Ressorst*. Jurnal e-Proceeding of Management Volume 5 No 1
- Saladin, Djaslim (2002). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung : Linda Karya
- Simamora, Bilson (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Slameto (1995). *Belajar dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta : Rineka Cipta
- Solis, Brian. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Sugiono (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dam R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dam R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu (2011). *Manajamene Pemasaran – Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE

Swastha, Basu dan Irawan (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta : Liberty

Quester, P. G., McGuigan, R. L., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (E. J. ). (2004). *Marketing: Creating and Delivering Value*. (4th ed.). Sydney, N.S.W: McGraw Hill.

Udin, Muhammad Mas. (2020) . *Pengaruh Dimensi Sosial Media Marketing Melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di PO Sayur Organik Melalui Marbabu (SOM)*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis Volume 4 No 3

Wiani, Putri Maylita. (2019). *Promosi Aplikasi Sayurbaba terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Digital di Pontianak*. Pontianak: Jurnal SEA Volume 8 No 2

