

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Bambang, Riyanto. 2011. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Dan Zarella. 2010. *The Social Media Book*. Oreilly Media. USA
- Dewi, Adhita Maharani. 2018. Pengaruh Iklan *Online* Melalui Media *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. No. 1. Vol. 3.
- Dr. H.A. Rusdiana, M., & Moch. Irfan, S. M. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ekasari, Novita. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi. *Jambi : Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*. No. 2. Vol. 16.
- Ghozalli, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gujarati. 2012. "Mode Pembelajaran Inovatif". Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Istiqomah, dkk. 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang. *Progress Conference*. Vol. 2.
- Junia, Meri, dan Udung Noor Rosyad. 2014. *Kajian Hubungan Antara Iklan di Media Sosial dengan Minat Beli Konsumen*. Bandung : Prosiding Manajemen Komunikasi.

- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta. Erlangga.
- Kuspriyono, Taat. 2017. Pengaruh Promosi *Online* dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Martha Tilaar. *Perspektif*. No. 2. Vol. 15.
- Maslakhah, Ida, dan Sutopo. 2017. Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*. No. 4. Vol. 6.
- Megawati, dan Muthia Roza Linda. 2014. Pengaruh Iklan *Online* Pada Situs Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. No. 2. Vol. 3.
- Mesut, Irem, dan Ikram. 2017. *What Makes Consumers Recall Banner Ads in Mobile Applications*. *Emerging Markets Journal*. No. 1. Vol. 7.
- Parengkuan, F. M. 2014. *Perceived Information Security, Information Privacy, Risk and Institutional Trust on Customer's Trust in E-Commerce*.
- Prasetyo, Deni Dwi, Edy Yulianto, dan Sunarti. 2016. Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. No. 1. Vol. 41.
- Putra, Hening Ary, dan Suyono. 2014. Pengaruh Iklan *Online* Melalui Media *Facebook* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Studi Manajemen*. No. 1. Vol. 8.
- Putri, Citra Sugianto. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. No. 5. Vol. 1.
- Qomariah, Nurul. 2016. *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu Jember.

- Reynaldo, Venia, dan Hanjaya Siaputra. 2019. Pengaruh Iklan Media Sosial *Instagram* Terhadap *Purchase Intention* Masyarakat Surabaya di W Bali-Seminyak. Surabaya.
- Setyarko, Yugi. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. No. 2. Vol. 5.
- Santoso, Singgih. 2016. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elekmedia Computindo
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2018. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Singgih, Santoso. 2010. *Statistik Nonparametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsono, Riyanto Setiawan, Rini Purnama Sari. 2019. Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*. No. 2. Vol. 1.
- Sumarsono, dan Yayat Giyatno. 2012. Analisis Sikap dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Ecolabelling Serta Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Performance*. No. 1. Vol. 15.