

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., Billa, E. I., Firmansyah, M. R., & Anggraeni, D. S. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Sumedang: CV Mega Press Nusantara.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andhini, G. K., Widyawati, Susanti, R., Bindas, A., Indrawati, N. S., & Putra, W. P. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ardyan, E. E., Gunarso, S., Apriyanto, A., & Ibrahim, H. (2025). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aris. (2025). *Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Retrieved 24 Oktober, 2025, from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/sejarah-perkembangan-teknologi-komunikasi/>
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organization, Structure for service Firm*. USA: American Marketing Association.
- Cannon, J. P., Jr, P. W., & McCarthy, E. J. (2023). *Pemasaran Dasar, Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta Pusat: Salemba.
- Daeli, S., Giyartiningrum, E., & Sujiah, U. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Yogyakarta. *Journal Competency of Business*, 8(1), 195-214. <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/JCoB/article/view/2527>
- Dono, L. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Efektif. In E. Haloho, S. F. Siwa, L. Dono, D. Herdiansyah, R. L. Kartikasari, N. Astagini, P. J. Kojongian, F. Reken, B. P. Wahyuningtyas, & N. A. Putri, *Komunikasi Pemasaran Kontekstual* (pp. 21-22). Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Efendi, A. (2021). *Dasar-Dasar Menulis Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2025). *Simak 7 Alasan Orang Indonesia Aktif Main Media Sosial pada 2025*. Retrieved 12 Oktober, 2025, from GoodStats: <https://goodstats.id/article/simak-7-alasan-orang-indonesia-aktif-bermain-sosial-media-di-2025-5fUfM>

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hapsari, R., Ayuni, R. F., & Hussein, A. S. (2024). *Komunikasi Pemasaran untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Harnita, P. C. (2019). *Analisis Jaringan Sosial Pada Sains Komunikasi*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hasbiah, S., Anwar, & Hasdiansa, I. W. (2024). *Pengantar Metodologi Penelitian Bisnis*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Helpiastuti, S. B., Fitriani, Haryati, T., Sasongko, R. W., Irwanto, Rumahlewang, E., Susanto, H., Widnyani, I. A., Girindra, I. A., Enas, U., & Simalango, E. M. (2025). *Dasar-Dasar Penelitian Administrasi (Teknik dan Pendekatan Metodologis)*. Bandung: Widina Media Utama.
- Hermayanto, R. (2023). *Strategi Pemasaran UMKM*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Heuer, C. (2009). *The Social Media Playbook: Listen, Look, Join and Lead*. New Jersey: Wiley.
- Hidayah, N. (2021). *Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing*. Jakarta Selatan: Kreasi Cendekia Pustaka.
- Iconosquare. (2025). *Average Engagement on Reach History*. Retrieved 20 November, 2025, from Iconosquare: <https://app.iconosquare.com/analytics/engagement>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Instagram. (2025). *@waroeng.papa*. Retrieved 24 Oktober, 2025, from Instagram: <https://www.instagram.com/waroeng.papa/?hl=id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (17th ed.). London: Pearson.
- Krisprimandoyo, A., Anshori, M. Y., & Nadlifatin, R. (2023). *Prinsip dan Strategi Pemasaran Dari Teori Kotler Ke Praktik Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kuniawati, N. R., & Ariyanti, M. (2024). The Influence of Social Media Marketing on Purchase Decision by Brand Awareness and Trust (For Prospective Students Telkom University). *International Journal of Educational Research and Social Sciences*, 5(6), 994–1008. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v5i6.917>
- Kurniawan, H., Rusmayadi, G., Achjar, K. A., Merliza, P., Suprayitno, D., Subiyantoro, A., Kusumastuti, S. Y., Heirunissa, Nengsih, T. A., Hutabarat, I. M., Nurhayati, & Noorzaman, S. (2024). *Buku Ajar Staitistika Dasar*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.

- Laksmana, K. A., Syamsuddin, Tita, A. G., Fani, A. D., Nast, H., Sembiring, R., Haryati, T., Soffyan, & Darwin. (2024). *Pengantar Bisnis : Konsep dan Aplikasinya*. Banyumas: Eureka Media Aksara.
- Lusiaingrum, F. P. (2023). How Do Social Media Marketing Activities Result in Online Purchase Decisions. *Jurnal Ekombis*, 11(2), 1895–1908. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/5046/3732>
- Maas, A. A. (2019). *Social Media Marketing*. Lucknow, India: EduGorilla Community.
- Maharani, P. K., Giantari, I. G., & Purnami, N. M. (2024). *Impulse Buying Fashion: Teori Stimulus Organism, Response dan Perkembangannya*. Bali: Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Mamuaya, N. C., Wahyudi, Arifin, N. S., Pratama, J. K., Sari, I. G., Asmalinda, Sukoco, H., & Hermawati, L. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Padang: Azzia Karya Bersama.
- McCarthy, J. E. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. USA: McGraw Hill.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). The Basic Emotional Impact of Environments. Perceptual and Motor Skills. *Sage Journal*, 38(1), 283–301. <https://doi.org/10.2466/pms.1974.38.1.283>
- Mulyana, A., Susilawati, E., Fransisca, Y., Arismawati, M., Madrapriya, F., Phety, D. T., Putranto, A. H., Fajriyah, E., Kurniawan, R., Asri, Y. N., Milasari, L. A., & Sumiati, I. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Makassar: Tohar Media.
- Musman, A. (2024). *Strategi Manajemen Kepuasan Pelanggan*. Bantul: Anak Hebat Indonesia.
- Mustika, I. W., & Maulidah, S. B. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 3(1), 7-12. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.1716>
- Noor, Z. Z. (2024). *Buku Referensi Political Marketing Management 5.0*. Sleman: Deepublish Digital.
- Putri, S. W., & Nilowardono, S. (2021). The Influence of Brand Image, Service Quality, and Social Media Marketing on Purchase Decision at Restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251-260. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems322>
- Rahman, S. F., Yasin, A., Renaldi, F., & Pudjiantoro, T. H. (2024). The Influence of Instagram and Tiktok on E-Commerce Purchase Decisions: Consumer Behavior Analysis Using SEM-PLS. *Indonesian Journal Sounlucky Science*, 6(8), 2528-2539. <https://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/1829>

- Rifani, M., Rosyada, F. A., & Suhita, S. U. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Sahmiyya*, 1(2), 229. <https://ejournal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/684>
- Riyanto, S. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Sleman: Deepublish.
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Simamora, E. C., & Suparna, G. (2025). The Influence of Social Media Marketing on Purchase Decisions With Brand Awareness As Mediation (Study on Truffle Belly Jimbaran). *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 6(2), 1520–1531. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i2.4471>
- Siswoyo, S. D., & Sistarani, M. (2020). *Manajemen Teknik (Untuk Praktisi Dan Mahasiswa Teknik)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Soesanto. (2024). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2024). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decisions. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(3), 27-36. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i3.989>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.
- Swissa, I. R., Supriadi, A., & Setya, Y. A. (2025). The Role of Customer Engagement and Ads Creativity in Mediating and Moderating the Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision: A Study on Kedai Kopi Kulo Consumers. *MSR Journal*, 4(3), 22-29. <https://www.managementscienceresearchjournal.com/index.php/msr/article/view/160>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- We Are Social. (2025). *Special report Digital 2025 Your Ultimate Guide To The Evolving Digital World*. Retrieved 11 Oktober, 2025, from We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Wijaya, S., & Yana. (2021). *Pajak Penghasilan atas Giveaway*. Indramayu: Penerbit Adab.

Witarsana, I. G., Sadjuni, N. L., Prabawati, N. P., Tonsen, I. P., Malini, N. W., Wigraha, G. P., Krisnayani, K. D., Mochtar, D. N., & Yuliantari, N. P. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Instagram untuk Bisnis Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.

Zarrella, D. (2020). *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media, Inc.