

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rizal (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Penerbit Depublish..
- Azroi, M. F., Fatimah, F., & Wibowo, Y. G. (2021). Pengaruh Promosi Online Menggunakan Facebook Ads Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 102–107.
- Cahaya, N. W. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN Tinjauan Endorsement Influencer dan Daya Tarik Melalui Hubungan Parasosial*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Cetakan ke 10. Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial (Vol. 1, Issue 69)*. Trussmedia Grafika.
- Hartono, H. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Co.White. *Performa*, 4(6), 871–881. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1711>
- Hermawan, D. C., Dhamayanthi, W., & Ambarkahi, R. P. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja PTPN X (PERSERO) Kebun Kertosari Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.3>
- Cahaya, N. W. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN Tinjauan Endorsement Influencer dan Daya Tarik Melalui Hubungan Parasosial*.
- Lucia, R. H., Kawatak, S. Y., & Ogi, I. W. J. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Kopi Redo Di Instagram. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(1), 93–105. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.37188>

- Muhammad Mas'Udin, Y. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Po Sayur Organik Merbabu (Som) the Influence of Dimension Social Media Marketing Through Instagram on Organic Vegetable Purchase Decision in Po Sayur O. *Nomor, 4*, 478–487. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.03.03>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2020). *Manajemen Pemasaran*. 15th ed. Erlangga.
- Putri, N., & Lutfi, H. (2020). Pengaruh Determinasi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Giggibox Cafe and Resto In Bandung). *E- Proceeding of Applied Science*, 6(2), 928.
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 272–278
- Selvia, D., & Deliana, Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Warung 1000 Kebun Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1476. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.8044>
- Susetyarsi, T., & Harminingtyas, R. (2021). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA (Context,Communication,Collaboration,Connection) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk Pakaian Old Man Store di Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 13(1), 51–69.
- Sujarweni V, W. 2022. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS.
- Sugiyono, S. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung, 4.

Tata Sutabri, Darmawan Napitupulu (2019). *Sisem Informasi Bisnis*. Ed. I. Yogyakarta: Andi.

Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Metodologi Penelitian*. In *Cv Science Techno Direct*.