

DAFTAR PUSTAKA

- Ahayani & Mahfud (2021). Populasi dan Teknik Sampel (Fenomena Pernikahan dibawah Umur Masyarakat 5.0 di Kota/Kabupaten X)
- Amiludin, T., & Kartini, D. (2019). Advertisement Attitude Dan Brand Attitude Sebagai Determinan Minat Beli (Studi Kasus pada Distro Iwearnzule Bandung). *Skripsi UNIKOM Bandung*.
- Andayani, Fahmi. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Budaya Hedonisme Generasi Millenial di Madiun. *Jurnal Ekonomi*, 5(1), 45-51.
- Anugerah, Dela Tri & Agus Maolana Hidayat S.E., M.Si. (2018). Implementasi Event Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Niion Indonesia Utama Tahun 2018. *Jurnal*
- Ardiansah, Irfan., Maharani (2021). Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing. *Buku*
- Ardiani, Mustika Fitri. (2020). Pengaruh Iklan dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan D'Angel. *Skripsi*
- Auliana,Cut & Nanda Ameliany. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Pada Toko Rizky Stamp Lhokseumawe*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Universitas Malikussaleh, Aceh.
- Budiono. (2012). *EYD (Ejaan Yang Disempurnakan)*. Jakarta :Bintang Indonesia.
- Candraningrum, Diah Ayu. (2021). Efektivitas Promosi Starbucks Greener Day Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Prologia*, 5(2), 231-236.
- Cetty, Mimi Engriani, Rina Fitriana. (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial Line Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Mall Taman Anggrek. *Jurnal IKRAITH- Ekonomi*, 2(3), 140-147.
- Citra, Dasmadi, Listyowati. (2020). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (STUDI KASUS PADA INDUSTRI TAHU DADI JAYA DI BOYOLALI TAHUN 2020). *Jurnal*
- Damayanti, Silvia. (2022). Pengaruh Media sosial Marketing Instagram dan Preferensi Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Tangcity Mall Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi*, 464-478.

- Durianto, Sugiarto, Sitinjak. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk. (buku)*
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Buku*
- Hall, Kelsey (2012). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web. Jurnal.*
- Irawan, Roby & Rajiv Dharma Mangruwa. (2024). Pengaruh Promosi Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Media Sosial Instagram. *Journal Of Economic, Bussines and Accounting*, 7(5) .
- Ismanto, Juli. (2020). *Manajemen pemasaran. Skripsi.*
- Kenia. (2018). *Pengaruh Promosi di Media Sosial Akun Resmi LINE Starbucks Terhadap Minat Beli Konsumen di Bandung.* Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Kesuma, Vincent Sandrez. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Menggunakan Media Sosial Line Di Starbucks Coffee Veteran.* Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti .Jakarta. Skripsi.
- Kim & Ko.(2012). *Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. Journal of Business Research.*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Penerjemah : Bob Sabran, MM. Jilid 2. Edisi Ketiga Belas. Jakarta : Erlangga. (buku)
- Kuro, Ummul. (2022). *PENGARUH PROMOSI DAN DISKON TERHADAP DAYA TARIK CLOSING ONLINE SHOP MAHASISWA DI STKIP PGRI BANGKALA.* Jurnal
- Limantara, Yerosa Dian Putri. (2017). Pengaruh Customer Persepstion Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Multiatribute, Attitude Model Pada Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 11, No.2, Oktober 2017: 69-78.*
- Mahendra, Fauzan Zaki. (2021). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan APPAREL Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @authenticsid. Malang.
- Mardiah & Hamdi Anugrah (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian terhadap Minat Beli Ulang secara Online. Jurnal

- Marzuki, Ishaq., Modding., Ramlawati (2022). Pengaruh Budaay Kerja dan Kompetensi melalui Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional IV Makassar. Jurnal
- Mileva, Novila Dinar. (2019). Pengaruh Social media Marketing dan Persepsi Kualitas terhadap Niat beli Surabaya Snowcake. Jurnal.
- Nafisah, Widyayanti. (2018). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. Jurnal STIE Yogyakarta. 166-178.
- Nasution, Annisa Umara. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace TOKOPEDIA Terhadap Minat Beli STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB USU*. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara. Skripsi
- Nasution, Annisa Umara. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace TOKOPEDIA Terhadap Minat Beli STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB USU*. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara. Skripsi
- Nurwahida , Siti. (2023). Penerapan metode Dematel dan Aras dalam Pengambilan Keputusan Multi Kriteria : Studi Kasus Pemilihan Aplikasi E- Wallet di Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara
- Pamungkas, Aji Bagas & Siti Zuhroh. (2016). Pengaruh Promosi di media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). Jurnal
- Prasetyo , Budi., Yunita Rismawati. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. Jurnal
- Purbohastuti, Arum Wahyuni & Hidayah, Asmi Ayuning. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 37-45.
- Purwati, Dwi Alifia. (2024). Anaalisis Manajemen Pengelolaan Pasar Diversifikasi Produk, Revitalisasi Pasar, Kemampuan Kerja, dan Teknologi terhadap Peningkatan Pendapatan Dimediasi Kualitas Pelayanan Pedagang Pasar Tradisional Lembung Lor (Metode Structural Equation Modeling (SEM). Jurnal.
- Rahayu, Fadlya Rahmah. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Platform Instagram Terhadap Keterlibatan Pelanggan Pada Wellborn Company*. Universitas Pasundan. Bandung. Skripsi.

- Rahmadi, Yohanda. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Followers Instagram. Pekanbaru: Jom Fisip Vol. 7. Skripsi.
- Rahman, Abdil Zadli Arif. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Official Account Line Starbucks Indonesia Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Starbucks Di Kota Bandung*. Bandung. Skripsi.
- Rahmawati, Widya Asri. (2020). *Pengaruh Media Sosial Marketing Akun Instagram Starbucks Indonesia Terhadap Minat Pembelian Followers Akun Instagram Starbucks Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya Malang. Skripsi.
- Riyanto, Andi Dwi. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022
- Rizqillah, Miftach & Putu Hari Kurniawan. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby Di Kota Batam. Jurnal
- Rojikun, Ahmad. (2022). Dampak Promosi Pada Media Sosial Terhadap Keterlibatan Pelanggan Dan Minat Beli Pada Usaha Mikro Menengah Dan Kecil. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis.*, 2(1), 96-102.
- Sanjaya, Agung Satria. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing terhadap minat Beli Climatethirty. Jurnal.
- Setiawan, Erwin., Steven. (2021). Minat Beli Konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang. Jurnal.
- Silaningsih, Endang & Putri Utami (2018). Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. Jurnal.
- Setiani, Tia & Widiastuti, Wahyu Deni. (2022). Pengaruh Risiko kredit terhadap Profitabilitas pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Periode 2012-2019. Jurnal
- Sudariana, Nuzwan & Yoedani. (2022). ANALISIS STATISTIK REGRESI LINEAR BERGANDA. Jurnal.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF*. Bandung:ALFABETA BANDUNG. (buku)
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D. Buku
- Susetyarsi , Rudika Harminingtyas. (2021). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA (*Context, Communication, Collaboration, dan*

Connection) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal STIE Semarang*. Vol (13) 51-68.

T. Candra Ahdika Husni. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BSI*. UIN Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi.

Theandra, Robertosio . (2022). PENGARUH Context, Communication, Collaboration, dan Connection DALAM INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK PORKITA. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*. Vol(7) 728-736.

Virgiawan, Kadek Richo Winarya. (2023). *Pengaruh Promosi Media Social, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Starbucks Coffee Di Denpasar*. Universitas Maharaswati Denpasar. Skripsi

Wahyuni, Ruansa. (2016). Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai muslim di Kantor Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. Skripsi

Wonok, Praisya Gabriella dan Loindong, Sjendry. (2018). Pengaruh Minat Transaksional , Referensial, Dan Preferensial Terhadap Minat Mereferensialkan Produk Roxy di Quicksilver Mantos. *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.4 September 2018, Hal 2108-2117

Yulianti,Eka & Galih Ginanajar Saputra, Harini Fajar Ningrum, Solahatin Eka Putri. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Journal Ilmiah*, 14(1), 29-38.