

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Maulana, L. H. & Andari, T. T., 2022. **Pengaruh Diferensiasi dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dompot Digital Dana Pengguna Aplikasi Dana di Kota Bogor.** *Jurnal Visionida*, Volume 8, No 1, H. 84-99.
- Amalia, D. & Sudarijati., 2022. **Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nipar Coffee Shop Ciawi Kabupaten Bogor.** *Jurnal Visionida*, Volume 8, No 2, Halaman 106 – 123.
- Assauri, S., 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali.
- Chary, 2014. *Social Media Marketing The Paradigma Shift in International Marketing.* *Jurnal of Business and Management*, Volume Vol 16, No 9, H. 11.
- Darmanto, 2016. *Manajemen Pemasaran (Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Effendi , dan. Usman., 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edu Pustaka.
- Enterpise, Jubilee., 2017. *Otodidak Pemrograman Database Dengan Visual Basic*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Fahrudin, M. I., Samsuri & Gunawan, R., 2015. **Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merk Viro di Kota Bogor.** *Jurnal Visionida*, Volume 1, No 1, H. 35-45.
- Fasihatul, Muslihah., 2018. “*Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014 – 2016)*”. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Ghozali, I., 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S., 2011. *30 - Minutes Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill Company.
- Hermawan, A., 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hootsuite, & Social, We. Are. (2021, Januari). *Digital 2021 : Indonesia*. Dipetik November 11, 2021, dari Data Portal 2021: <https://dataportal.com/report/digital-2021-indonesia>

- Irwansyah, R., Dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Ismanto, J., 2020. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Unpas Press.
- Kagumi Kopi Nusantara, 2021
- Kambali, I. & Masitoh, S., 2021. **Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100**. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume Vol 11, No 1, H. 59.
- Kamus Bahasa Sunda (Arti Kata Cenghar Dalam Bahasa Sunda)*. (2020, 3, 22). Dipetik Januari 20, 2023, dari Aplikasi Indonesia: <https://aplikasi-indonesia.com/bahasa-sunda/cenghar>.
- Kotler , P. & Amstrong, G., 2016. *Dasar - Dasar Pemasaran*. Edisi 1 ed. Jakarta: Erlangga.
- _____ & Keller, K. L., 2016. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: PT. Indeks.
- Lemeshow, 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: UGM
- Mangkunegara, A. P., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marwah, S., Suharto, A., & Diansari, T. (2021). **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta**. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 110.
- Mudasir., 2016. *Manajemen Kelas*. Pekanbaru: Zanafa.
- Narattama, N. & Moniaga, N., 2022. **Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar**. *JUMPA*, Volume 8, No 2, p. 741.
- Nasrullah, R., 2017. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugrahaeni, S. A., 2011. *Empat Pilar Pembelajaran Bahasa Indonesia Cerdas Membangun Karakter Bangsa*. Yogyakarta: Metamorfosa Press.
- Nugroho, S. J., 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Pendong, M. & Tielung, M., 2016. **Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado**. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16, No 4, pp. 387-395.

- Priansa, D. J., 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, B. R., 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Putri, V. D. A., & Suasana I. G., 2018. **Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Coffee (Studi Kasus Konsumen Domestik Starbuck Coffee di Wilayah Bali**. *E-jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol 7. No 1. Halaman 470.
- Queesenberry, Keith. A. 2019. *Social Media Strategy: Marketing , Adversiting, and Public Relations in The Consumers Revolution*. Second Edition. Londong: Rowman & Littlefield.
- Rahmawati, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Razak, M., 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press.
- Silaningsih , E., Gemina , D. & Nugroho, D. N., 2021. **Keunggulan Bersaing Pendekatan Pemasaran Media Sosial**. *Jurnal Visionida*, Volume 7, No 2, H. 143.
- Solis, B., 2010. *Engage: The Complete Guide For Brands and Business to Build, Cultivate and Measure Success in The New Web*. New Jersey: John and Sons, Inc.
- Srikinasih, M. & Samsuri, 2018. **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Percetakan PT. Balebat Dedikasi Prima, Bogor**. *Jurnal Visionida*, Volume 4, No 2, pp. 67-78.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukron, A., Fasochah, & Hariyanto, A., 2021. **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rumah Makan Padang Murah Beringin)**. *Jurnal Dharma Ekonomi*. Volume 5, No 54. Halaman 40 – 48
- Sumarwan, U., 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thompson, M., 2016. *Crafting and Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage, Concepts and Readings*. New York: McGraw Hill Education.
- Tjiptono, F. & Gregorius, C., 2017. *Pemasaran Strategik*. 3 ed. Yogyakarta: Andi Offset.

- _____ & Anastasia, D., 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. 1 ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triadi, S., Rahayu, Y., & Kusnanto, D. (2021). **Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone**. *Jurnal Manajemen*, Vol 25, No 4. Halaman 257.
- Tsitsi, E., 2013. *The Adoption Of Social Media Marketing in South Africans Banks*. *European Business Review*, Vol 25, No 4. Halaman 366
- Utami, V., Oktini, D. R., & Harahap, D. A. (2020). **Pengaruh Pemasaran media sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Gegerkalong Bandung**. *Jurnal Prosiding Manajemen*, Vol. 6, No. 1. Halaman 541 - 543.
- Wahyudi., 2021. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial*. 1 ed. Yogyakarta: CV Bildung Nusantara.
- Yuliardi & Nuraeni, 2017. *Statistika Penelitian*. Yogyakarta: Innosain.