

DAFTAR PUSTAKA

- Adhika, B., Perwata, B., Farida, N., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Social Media Marketing Terhadap Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Audya Shifa, A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Ramen melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. In *STREAMING Jurnal Manajemen* (Vol. 1, Issue 2).
- Choedon, T., & Lee, Y.-C. (2020). The Effect of Social Media Marketing Activities on Purchase Intention with Brand Equity and Social Brand Engagement: Empirical Evidence from Korean Cosmetic Firms. <https://doi.org/10.15813/kmr.2020.21.3.008>
- Dara Ruhana, S., Mariah, & Meliana, V. (2022). Pentingnya Membangun Ekonomi Kreatif di Era Pandemi. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.
- Darmawan, M. K., & Ziveria, M. (2023). Analisis Kebutuhan UI/UX Mahasiswa Kalbis Institute pada Studi Kasus Learning Management System (LMS) LEAPS Kalbis Institute (Vol. 9, Issue 2).
- Devanny, I., Tertia, N. S., Afifah, R. B., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. In *Streaming Jurnal Manajemen* (Vol. 1, Issue 2).
- Dhewy Chandra, R. (2022). Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- DÜLEK, B., & AYDIN, İ. (2020). Effect of Social Media Marketing On E-Wom, Brand Loyalty, and Purchasen Intent. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 271–288. <https://doi.org/10.29029/busbed.734350>

- Erlivia, S., & Alananto Iskandar, D. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Foodpedia Pasar Baru (Vol. 8, Issue 4).
- Ernawati, D. (2019a). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Ernawati, D. (2019b). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022a). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022b). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Iswati, H., & Lestari, N. I. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk pada Toko Online terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. In *Universitas Serang Raya, Serang 2 Jl. Raya Cilegon No.Km* (Vol. 11, Issue 1). Taman, Drangong, Kec. Taktakan.
- Leonardi Angelina. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan Experiental Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Home Bistro di Citra Garden.
- Lestari, D., & Meliana, V. (2022). Peranan Koperasi dalam Keputusan Keuangan Keluarga pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 484–495. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.437>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

- Manajemen, A. R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Brawijaya, U., & Mugiono, I. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Mega Puspita, C., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis*: Vol. IX.
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Nugroho, A. S., & Mawardi, M. (2021). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Tanggungjawab dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 808–817. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i2.825>
- Rian, A., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux di Depo Keramik Katapang Bandung.
- Rianti, T., & Firli Musfar, T. (2023). The Effect of Product Quality and Store Atmosphere on Purchase Decisions mediated By Purchase Intention as Intervening Variable (Study at Café Ma’Ani Rengat). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i5>
- Rifqi, M., Rossanty, Y., & Surya, E. D. (2023). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decisions Through Consumer Buying Interest as an Intervening Variable Case Study of Coffee Shop Kopikuni Medan.
- Ruth Virena, A., & J Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator (Vol. 8, Issue 3).
- Saputri, A. D., & Guritno, A. (2021). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening

- Variables. In Annual International Conference on Islamic Economics and Business (Vol. 2021).
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Tannady, H., Damanik, D., Sy, A., Wiarta, I., Nurdiani, T. W., Ambarwati, R., Renwarin, J. M. J., & Suyoto, Y. T. (2022). Peran Literasi Keuangan dan Karakteristik Kepribadian Terhadap Keputusan Investasi Gen-Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Persespi Risiko Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Umair Manzoor, Sajjad Ahmad Baig, Muhammad Hashim, & Abdul Sami. (2020). Impact of Social Media Marketing on Consumer's Purchase Intentions: The Mediating role of Customer Trust. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 3(2), 41–48. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Umam, & Khaerul. (2019). *Manajemen Organisasi*. Pustaka Setia.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Wibasrui, A., Tamara, T., & Sukma Adi, Y. (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan pada Aplikasi Belanja Online Shopee. <https://dvs.co.id/27>
- Yulaekah, Afriza, & Andriani, T. (2023). Konsep Dasar Manajemen Tenaga Pendidik dan Kependidikan.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo Adi, L. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan