

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. and Hartono (2015) *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta. : Andi.
- Abdullah, T. and Francis Tantri (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.: PT Raja Grafindo Persada.
- Anna (2022) ‘Penipuan Seller Melalui “Live Sale”, Barang Diklaim Original tapi Ternyata Palsu’, *mediakonsumen.com*. Available at:  
<https://mediakonsumen.com/2022/04/22/surat-pembaca/penipuan-seller-shopee-melalui-live-sale-barang-diklaim-original-tapi-ternyata-palsu>.
- Arikunto, S. (2013) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019) *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2016) *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. Pearson.
- Chaffey, D., Hemphill, T. and Edmundson-Bird (2019) *Digital Business and E-Commerce Management*. Seven Edition. United Kingdom: Pearson UK.
- Darmaningrum, K. (2022) ‘Analisa Social media marketing dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Eiger Adventure Store di Kota Solo)’, *Jurnal Mirai Management*, 7(2), pp. 347–354.
- Ghozali, I. (2021) *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24. III*. Edited by A. Tejokusumo. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunelius, S. (2011) *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hardani (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* . Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Kotler, P. (2002) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2001) *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2010) *Principles Of Marketing (13rd ed.)*. New Jersey: Person Prentice Hall.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012) *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. and Armstrong, G. (2016) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009) *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. 13th edn. Edited by A. Maulana and H. Wibi. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad (2005) *Metode penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta: UPFEUMY.
- Muhammad Nur Fadlil, Dwi Dewianawati and Ratna Agustina (2022) ‘Pengaruh *Digital Marketing*, Penggunaan Promosi Endorsment, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merk Pakaian Sutr Heritage’, *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)*, 1(3), pp. 345–364. Available at: <https://doi.org/10.55927/fjss.v1i3.1244>.
- Mullins Jhon W, C., Orville, J.-C.L. and Harper W Walker Boyd (2005) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nursiti, N. and Giovenna, A. (2022) ‘Pengaruh *Social Media Marketing*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo’, *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Nurtjahjo, R. (2017) ‘Strategi Bersaing dengan Kompetitor’, *Bina Nusantara University* [Preprint].
- Peter and Olson (2013) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Edited by Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.
- Saladin, D. (2002) *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Schiffman and Kanuk (2008) *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016) *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*,. 7th Edition. New Jersey: Wiley.
- Sigit, S. (1999) *Pengantar Metode Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Likman Offset.
- Statistik, *Badan Pusat Statistik*, <https://www.bps.go.id>.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Swastha, B. (2010) *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swastha, B. and Handoko (2012) *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B. and Irawan (2003) “*Manajemen Pemasaran Modern*”. (Edisi kedua). Yogyakarta: Liberty Offset.
- Swastha, B. and Irawan (2005) *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Taprial, V. and Kanwar, P. (2012) *Understanding Social Media*. Telluride: Ventus Publishing.
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tuten, T.L. (2008) *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Greenwood Publishing Group.
- Weinberg, T. (2009) *The New Community Rules: Marketing On The Social Web*. (1st ed.). United States of America: O'Reilly Media, Inc.