

DAFTAR PUSTAKA

- abdillah, l. (2022). Peranan media sosial modern. *Binadarma*.
- Arikunto, s. (2012). Analisis data penelitian dengan statistik. In *bumi aksara, jakarta*.
- Adian, d. G., & lubis, a. Y. (2011). Pengantar filsafat ilmu pengetahuan: dari david hume sampai thomas kuhn. Penerbit koekoesan.
- Baktiono, a., & atarya, p. (2016). Memilih media sosial sebagai sarana bisnis online melalui pendekatan uji categorial. *Jurnal manajemen kinerja*, 2(2), 1–23.
- Bamba, f., & barnes, s. J. (2007). Sms advertising, permission and the consumer: a study. *Business process management journal*, 13(6), 815–829. <https://doi.org/10.1108/14637150710834578>
- Bukukomunikasipemasaran*. (n.d.).
- Campbell, d. E., & wright, r. T. (2008). Shut-up i don't care: understanding the role of relevance and interactivity on customer attitudes. *Journal of electronic commerce research*, vol 9(1), 62–76.
- Celsi, r. L., chow, s., olson, j. C., & walker, b. A. (1992). The construct validity of intrinsic sources of personal relevance: an intra-individual source of felt involvement. *Journal of business research*, 25(2), 165–185. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90015-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(92)90015-4)
- Durianto, d. (2013). *Conquer strategy equity research through market and brand behavior*. Pt gramedia pustaka utama.
- Engriani, m., fitriana, r., & cetty. (2019). Pengaruh promosi media sosial line terhadap keputusan pembelian di starbucks mall taman anggrek. *Jurnal ikra-ith ekonomika*, 2(3), 140–147.
- Fauzi, a. R. (2019). Penggunaan line sebagai media komunikasi organisasi (studi kualitatif deskriptif media sosial line pada ukm di universitas muhammadiyah surakarta). *Universitas muhammadiyah surakarta*.
- Ferdinand, a. (2002). Kualitas strategi pemasaran. In *jurnal sains pemasaran indonesia* (vol. 1, issue 1, pp. 107–119).
- Firmansyah, a. (2021). *Komunikasi pemasaran*.
- Ghozali, i. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25. *Badan penerbit universitas diponegoro, semarang*.
- Ginting, y. M., chandra, t., miran, i., & yusriadi, y. (2023). Reminat beli of e-commerce customers in indonesia: an overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International journal of data and network science*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>

- Hanafi, m. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap motivasi belajar mahasiswa fisip universitas riau. *Jurnal online mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas riau*, 3(2), 1–12.
- Hunowu, I. G. M., Lapihan, h. S. L. H. V. J., & loindong, s. S. R. (2023). The influence of product quality, price, and advertising on consumers' interest to buy in the codashop application. *Jurnal emba*, 11(1), 1033–1041.
- Irwan. (2018). Relevansi paradigma positivistik dalam penelitian sosiologi pedesaan. *Jurnal ilmu sosial*, 17(1), 21–38.
- Kotler, p., & amstrong, g. (2008). *Bauran pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, p., bowen, j., makens, j., & baloglu, s. (2017). *Marketing communication strategies, marketing for hospitality and tourism*. Pearson: england.
- Kotler, p., & kevin lane, k. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. *Erlangga*.
- Lai, w.-h., & vinh, n. Q. (2013). Promosi online and its influence on destination awareness and loyalty in the tourism industry. *Advances in management and applied economics*, 3(3), 15–30.
- Littlejohn, s. W., & foss, k. A. (2011a). *Theories of human communication*. Waveland press.
- Littlejohn, s. W., & foss, k. A. (2011b). *Theories of human communication*. Waveland press.
- Magisa, n. S., & hardayu, a. P. (2023). *The effect of promosi online on purchase interest in pt millionaire club indonesia products*. 1(1), 16–33.
- Manurung, o., & kartono. (2016). Keterampilan penalaran induktif deduktif dan kemampuan representasi matematis siswa pada pembelajaran ctl berbasis hands on activity. *Unnes journal of mathematics education research*, 5(2), 155–165.
- Martowinangun, k., lestari, d. J. S., karyadi, & ganesha bandung, p. (n.d.). *Pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan di cv. Jaya perkasa motor rancaekek kabupaten bandung*.
- Nasyaya, m., & adila, i. (2019). Diversifikasi fitur dan kolonialisasi data pada line social messaging. *Jurnal komunikasi , media dan informatika*, 8(2), 96–104. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2459>
- Nazaruddin, e., nuru, f., & yudhakusuma, d. (2024). *Pengaruh komunikasi pemasaran melalui motivasi konsumen pada keputusan pengguna kartu halo : studi kasus di kota*. 8(1), 207–217.
- Nurgayatri, a. R. (2016). Pengaruh promosi online pada media sosial terhadap keputusan promosi online effect on media sosial consumer buying decisions brand elmeira. *E-proceeding of management*, 3(3), 2679–2687.
- O'keefe, d. J. (1990). *Persuasion: theory and research*. Sage publications.

- Pan, p., & zhang, h. (2023). Research on media sosial advertising persuasion based on the elaboration likelihood model. *Shs web of conferences*, 154, 03024. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315403024>
- Petty, richard. E., & cacioppo, jhon. T. (2018a). Attitudes and persuasion: classic and contemporary approaches. In *jurnal sains dan seni its* (vol. 6, issue 1).
- Petty, richard. E., & cacioppo, jhon. T. (2018b). Attitudes and persuasion: classic and contemporary approaches. In *jurnal sains dan seni its* (vol. 6, issue 1).
- Priyono. (2016). *Buku metode penelitian kuantitatif*.
- Puspita, n. A. (2022). Pengaruh konten instagram @jogjafoodhunter terhadap minat beli pengikut dan tingkat popularitas tempat kuliner di kota yogyakarta. *Universitas islam indonesia*, 17–18.
- Rudi kurniawan. (2019). Pengaruh iklan di media sosial terhadap keputusan peserta didik dalam memilih kampus lp3i (survey pada mahasiswa kampus lp3i tasikmalaya, karawang dan cirebon). *Atrabis: jurnal administrasi bisnis (e-journal)*, 5(2), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.241>
- Sekaran, u., & bougie, r. (2017). Metode penelitian untuk bisnis: pendekatan pengembangan dan keahlian. *Edisi enam buku dua. Jakarta: salemba empat*.
- Semuel, h., & hartono, p. D. J. (2011). Pengaruh promosi online terhadap minat beli dengan instagram facility sebagai moderasi pada legenda batik.com. *Journal of physics a: mathematical and theoretical*, 44(8), 1689–1699.
- Sherman, j. W., gawronski, b., & trope, y. (2014). *Dual-process theories of the social mind*. Guilford publications.
- Sugiyono, p. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan rd. *Cv alfabeta*.
- Sugiyono, p. (2019). Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, r&d dan penelitian pendidikan). *Metode penelitian pendidikan*.
- Sugiyono, p. (2021). Metode penelitian komunikasi (kuantitatif, kualitatif, analisis teks, cara menulis artikel untuk jurnal nasional dan internasional). In *bandung: alfabeta*.
- Sudiyana, s., & suswoto, s. (2018). Kajian kritis terhadap teori positivisme hukum dalam mencari keadilan substantif. *Qistie*, 11(1).
- Sumardyo, s., & riorini, s. V. (2024). *Pengaruh media sosial marketing terhadap electronics word of mouth dan peran mediasi brand equity dan brand identity antara electronics word of mouth terhadap willingness to pay konsumen mobil listrik*. 8, 8460–8470.
- Tsaniya, r., & telagawathi, n. L. W. S. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di gerai kopi nau kecamatan seririt. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>

- Wahyuni, m. S., khairiyah, d., & ilhami, m. D. (2024). Penerapan sosial media marketing sebagai strategi pemasaran usaha mikro kecil menengah (kerupuk arlova). *Jurnal pedamas (pengabdian kepada masyarakat)*, 2, 102–112.
- Yamini, e. A. (2022). Pengaruh bauran pemasaran pada keputusan pembelian spontan. *Uli albab: jurnal ilmiah multidisiplin*, 1(4), 882–888.