

DAFTAR PUSTAKA

- [APJII]. (2014). *Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
www.apjii.or.id
- A Shimp, T. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)* (Jilid I, E). Erlangga.
- Aditya, I. D. (2008). *Variabel Penelitian dan Definisi Operasional*. Fakultas Kebidanan Protekkes Surabaya.
<https://adityasetyawan.files.wordpress.com/2009/01/variable-penelitiandan-definisi-operasional-variable2.pdf>
- Aqmarina Alin, Mujahidin Ali, M.Zainudin. *Analisis Media Sosial Sebagai Media Promosi dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beaqis Olshop*. Jombang.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azhar, A. (2009). *Media Pembelajaran*. Rajawali Press.
- Baroroh Fitriani, Ismoyawati Dyah, dan Khuriyati Nafis. (2016). *Analisis Efektivitas Media Promosi Produk Sayuran Organik Pada CV. Tani Organik Merapi (TOM) Sleman, Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
<http://etd.repository.ugm.ac.id/>.
- Boyd, W. dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Cross, M. (2014). *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Syngress Elsevier.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Satu Nusa.
- Dilla. (2021). *Wawancara personal*.
- Diyatma Jatmika Aris. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. *E-Proceeding of Management*. Vol.4, No.1, ISSN : 2355-9357, 175-179.
- Gujarati, Damodar N dan Dawn C. Porter. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hakim Lukmanul. (2004). *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain, dan Aplikasi*.
- Husein, U. (2013). *Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan*

- Tesis. Jakarta : Rajawali. - Penelusuran Google.*
https://www.google.com/search?q=Husein+Umar.+2013.+Metode+Penelitian+untuk+Skripsi+dan+Tesis.+Jakarta+%3A+Rajawali.&rlz=1C1CHBD_idID990ID990&sxsrf=APq-WBtpo7vbTBcRCBAEzr77bgcxI3--
- Istijanto. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia - Istijanto M.M. - Google Buku.*
<https://books.google.co.id/books?id=JZRnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium.* PT. Prehalindo.
- Kotler P & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13).*
- Kusumaningtyas, R. D. (2010). *Peran Media Sosial Online (Facebook) Sebagai Saluran Self Disclosure Remaja Putri di Surabaya.*
<http://eprints.upnjatim.ac.id/439/>
- Lemeshow, Stanley., (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan, Gadjah Mada University, Yogyakarta.*
- Lovell, R. (2011). *Product Attributes and Consumer's Re-purchase Decision on Frozen Ready to Eat Meals: a Study on Consumers in Selected Hypermarkets in Bangkok.*
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3).* Penerbit Salemba Empat. <https://pustaka.pekanbaru.go.id/inlislite3/opac/detail-opac?id=10559>
- Mahmudi. (2016). *Manajemen Kinerja Sektor Publik.* UPP AMP. YKPN. <https://perpus.menpan.go.id/opac/detail-opac?id=3784>
- M. Fariz Syahbani dan Arry Widodo. (2017). *Food Blogger Instagram : Promotion Through Social Media.* Jurnal Ecodemica, Vol.1, No.1.
- Munawar H.,Bachiani Ria Sofia Hj. (2017). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian.* Jurnal Vo. 1 No. 2 – Februari 2017, 167-181.
- N. Dane, IPG.Sukaatmadja, IW.Budiasa. (2018). *Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan Produk pada UD. Kopi Bali Banyuwatis, Singaraja.* Jurnal Manajemen Agribisnis. Vol. 1, No.1,ISSN 2355-0759.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial.* Simbiosis Rekatama Media.
- Nurgiantoro Singgih. (2021). *The Influence of Promotional Strategies Through Social Media on Product Purchase Decisions Mediated by Word of Mouth Marketing.* Arkus Vol.7, Issue 1, 2021.
<https://hmpublisher.com/index.php/arkus>

- Pamungkas Aji Bagas, Zuhroh Siti. (2016). *Pengaruh Pomosi di Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*. Komunikasi, Vol. X No. 02, September 2016: 145-160.
- Pujiharto. (2019). *Strategi Pemasaran Oleh Petani Sayuran di Kecamatan Batur Kabupaten Banjarnegara*. ISBN : 978-602-99470-4-5, 272-280.
- Puspitarini Sekar Dinda, Nuraeni Reni. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common. Vol 3, No.1, 71-80.
- Rani Suryani. (2017). *Fungsi Whatsapp Grup Shalehah Cabang Bandar Lampung sebagai Pengembangan Media Dakwah dalam Membentuk Akhlakul Kharimah*. Lampung. hal. 18.
- Riyantoro, B., & Harmoni, A. (2013). *Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih. Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5(10), 8–9.
- Rulli, N. (2015). *Media Sosial*. Remaja Rosdakarya.
- Saifudin, A. (2010). *“Metode Penelitian.”* Pustaka Pelajar.
- Sandeep Pattabhi Guntukogula, dkk. (2022). *Effectiveness of Agricultural Information Disseminated through Social Media*. Indian Journal of Extension Education. Vol.58, No.2 (April–June), 2022, (186-190). <http://doi.org/10.48165/IJEE.2022.58244>
- Sandy, F., Arifin, Z., & Yaningwati, F. (2014). (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya). *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Universitas Brawijaya)*, 9(2), 1–10.
- Santoso, R. (2012). *Universitas indonesia pengaruh media sosial terhadap*.
- Selang, C. (2013). *“Bauran Pemasaran(Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Mall Manado.”*
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis Teori Dan Contoh Kasus* (Edisi 1). ANDI.
- Sugiyono. (2010). *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.”* Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.”*

Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Sugiyono, D. P. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2006). "*Metode Penelitian Pendidikan*." PT Roesda Karya.

Swastha, B. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.

Swastha, B. dan I. (2011). *Manajemen Pemasara Modern*. Liberty.

Tambunan, J. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Panorama Motor. Surabaya: Universitas Ciputra.

Triwibowo Agil. (2018). *Strategi Promosi Pada PT. Madubaru Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Umar, H. (2003). "*Metode Riset Bisnis*." Grammedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=ihn8T5S8HaQC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Uziyanti Indah, Malik Adlaida, dan Kernalis Emy. (2017). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Agroindustri Kerupuk Kulit (Jangek) di Kota Jambi*. Sosio Ekonomika Bisnis. ISSN 1412-8241, 80-88.

Wahyudi Hifzan. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Alat Pertanian Modern PT. Pilar Agri Seganteng Mataram*. Mataram : UIN Mataram, 2019.

Wurinanda, I. (2015). *Efektivitas Promosi Produk Ayam Suwir "Si Kentung" Melalui Twitter*. <https://123dok.com/document/oy859kwy-efektivitas-promosi-produk-ayam-suwir-si-kentung-twitter.html>

Wursan, W., Rinandiyana, L. R., & Badriatin, T. (2021). *Social media promotion effect on product purchase decisions through word of mouth marketing*. Linguistics and Culture Review, 5(S1), 821-831. <https://doi.org/10.37028/lingcure.v5nS1.1466>.