

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, F.M. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Obyek Wisata Havana Hills Jeruklegi Cilacap. *Universitas Islam Indonesia*.
- Ali, B.J., Gardi, B., Othman., B.J., Ahmed, S.A., Ismael, N.B., Hamza, P.A., Aziz, H.M., Sabir, B.Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(3).
- Anhar, G., Sari, V.N., Putri, D.A., (2025). Pengaruh Brand Image dan Promosi Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Balisijuk.id Payakumbuh. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*.
- Ellitan, L., Rosari, A. D., & Kristanti, M. M. (2022). Analisis pengaruh instagram terhadap purchase intention melalui brand awareness dan brand trust pada starbucks surabaya. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan.*, 4(10), 4740-4748. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1757> .
- Hildayanti, S. K., Utami, E. Y., Noor, L. S., Elizabeth, R., & Munizu, M. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Shopee. *Edunomika*, 8(1), 1-9.
- Jodi P, C.R., (2020). Pengembangan Desa Wisata Manding Sebagai Sentra Kerajinan Kulit di Desa Manding, Sabdodadi, Bantul, Kabupaten Bantul. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). "Principles of Marketing" Nineteenth Edition.
- Laeli, R.N., & Prabowo, R.E. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Tagline "Gratis Ongkir" terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2).

- Latief, F., Dirwan., & Rizal, F. (2024). The Evolution of Consumer Behavior in the Digital Era and Its Implications for Marketing Strategies. *Proceeding of Research and Civil Society Desemination (Management & Business Challenges In Digital Era)*, ISSN 3024-8426, Volume 2, No. 1, Pages 304-316
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L.C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49:51–70.
- Naim, A. (2022). Relevance and Definition of Consumer Behavior for the Successful Marketing. *International Journal of Studies in Advanced Education*, 1 (2).
- Nurahman, I., & Indrianto, A.P. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Survei Pada Konsumen Oppo Smartphone di Yogyakarta). *YUME : Journal of Management*, 4(2).
- Ovyrya, N., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 1049-1054. doi: 10.37034/infeb.v5i3.666.
- Pransiska, L. A., & Sari, H. M. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Online Customer Review, Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Tiktokshop. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2).
- Ramza, N. R., Wibowo, S. F., & Fawaiq, M. (2024, Juli 16). Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Produk Fashion Lokal Brand Jiniso. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).
- Rhadiana, R.R., Wismantoro, Y., Aryanto, V.D.W., & Taufan H, G. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Live Streaming, Influencer, Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Di Tiktokshop Produk Skintific. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 8 (1).

- Rimas, Y.E., Kiak, N.T., & Tungga, C.A. (2025). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Aspek Ekonomi Sosial dan Budaya Masyarakat di Desa Detusoko Barat Kabupaten Ende. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5 (2).
- Novitasari, S., & Supriyono. (2025). THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADORS AND BRAND IMAGE ON DECISIONS PURCHASES ON E-COMMERCE TOKOPEDIA. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 787-799.
- Salsabilla., Dai, R.M., Muttaqin, Z. (2024). Strategi Social Media Marketing dalam Membangun Brand Awareness pada Instagram Kece Entertainment. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) (eISSN: 2614-8854)*, 7 (8).
- Sopari, R.M., & Alawiyah, W.D. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7 (3).
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49-74. DOI:10.55927/fjmr.v1i1.416
- Stelzner, M. A. (2020). *Social Media Marketing Industry Report*. Social Media Examiner.
- Welsa, H., Cahyani, P. D., & Meidyansyah, F. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Media Sosial Instagram 3Second. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026-1036. DOI: 10.47467/alkharaj.v5i3.1471
- Zed, E.Z., Ratnaningsih, Y.R., & Kartini, T.M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2).