

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek* (Aris Ananda (ed.)). Spektrum Mitra Utama.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein. (2010). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*.
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13.
- Ardane, N., W. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Scoot Fast Cruises Di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 18–23.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 123–134.
- Arifin, Z. (2023). *Bisnis Digital Digital marketing Saat ini (Kemampuan Digital marketing dengan Menguasai Digital Konten Specialist pada Masa Society 5.0)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arisman, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Barbekoe). *UMSU Repository*, (Online), 75–77.
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16616>
- As'ad H. Abu Rumma, A. Y. A. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan. *Science Private University*, 3(Jordan. Rev. Integr. Bus. Econ).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Banyumurti, I. (2018). Media Sosial. In *banyumurti.net*. Retrieved from banyumurti.net.
- Bilgin, Y. (2018). the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International*, 1(6), 128–148.

- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media.
- Ezra Karamang. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Pada Sekolah Bisnis Di Bandung. *MANNERS (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(1).
<https://doi.org/10.56244/manners.v5i1.457>
- Fitria Atni Nurjannah dan Egi Arvian Firmansyah. (2018). Citra Merek Serta Keputusan Pembelian Pada Cafe Warunk Upnormal cabang Dipatiukur. *Jurnal Dimensi*, 7(1), 56.
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Jogiyanto. Hartono. (2011). Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. *Andi Yogyakarta*.
- Karamang, E. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PADA SEKOLAH BISNIS DI BANDUNG*. 5, 20–31.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.
- Khairunnisa, S., Budiyanti, H., Ilham, M., & Haeruddin, W. (2022). *PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM , BRAND IMAGE , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS GLOW (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DISTRIBUTOR MS GLOW PANAUKUKKANG DI KOTA MAKASSAR)*. 2(4).
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. M. (2016). Personal Factors Affecting Consumer Purchase Decision towards Men Skin Care Products A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(7), 44–50.
- Kotler, P. & Keller, K. . (2016). *Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga, Jilid I Ed.*
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Penerbit Erlangga. Jakarta, 1 dan 2.*

- Kotler, P. dan G. A. (2012). *Principles of Marketing*. 11th Edition, Prentice. *Hall International Inc. New Jersey*.
- Mukholidah, S. I. (2018). Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth pada Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Cafe Cak Cuk Surabaya). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Ampe. Surabaya., 2*.
- Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, A. (2018). Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol), 1*(p-ISSN:2599-1779. e-ISSN:2599-1787).
- Nasrullah, R. (2018). *Khalayak media: Identitas, ideologi, dan perilaku pada era digital*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, M. N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor *Ghalia Indonesia*.
- Ni Made Puspita Dewi, I Gusti Ayu Imbayani, P. K. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS, 2*(2), 2.
- Novita Djafar, Irwan Yantu, Sudirman Sudirman, R., & Hinely, R. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *JOURNAL of ECONOMIC and BUSINESS EDUCATION, 1*(2). <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JEBE/index>
- Pineiro-Otero, T., & Martinez-Rolan, X. (2016). Understanding *Digital marketing* - Basic and Actions. In C. Machado, & J. P. Davim, *Theory and Application of Business and Management Principles*. *Springer International Publishing Switzerland, 37*.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT. alex Komputindo.
- Simamora Bilson. (2016). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M. & S. E. (2012). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.

- Siregar, B. G. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi Dan Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 2(5), 58–81.
- Tjiptono, F. (2012). Pemasaran Jasa. *Penerbit : Bayumedia Publishing, Pertama*.
- Umar. Husein. (2003). Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. *Jakarta : Ghalia Indonesia*.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretaris Dan Manajemen*.
- Yudanto, R. A., & Wediawati, T. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram , Kualitas Pelayanan Dan. 5(1), 141–148.
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3877>
- Zaenal Mukarom, M. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV. Pustaka Setia.