

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., & Sutanto, T. E. (2015). *Statistika tanpa stres*. TransMedia.
- Anam, K., & Suwitho, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rental Mobil Mitra Transport). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(9).
- Anugrah, K., & Sudarmayasa, W. (2020). Kualitas Pelayanan Jasa: Akomodasi. *Gorontalo: Ideas Publishing*.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran..
- Dariswan, P. P., & Indriani, M. T. D. (2014, August). Consumers' attitude toward shopping through instagram social media. In *Proceedings of 7th Asia-Pacific Business Research Conference* (Vol. 25, p. 26).
- Desi Hertin, R. (2023). *The influence of e-commerce adoption on the success of MSMEs in Empat Lawang Regency in the Covid-19 pandemic*. 3(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7777320>
- D. I. Sensuse, A. A. Pratama, D. Satria, H. Noprisson and A. Ramadhan, "Investigating factors of purchase intention based on social commerce, trust and follower in social media," 2017 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI), Bandung, Indonesia, 2017, pp. 315-319, doi: 10.1109/ICITSI.2017.8267963. keywords: {E-business;purchase intention;social commerce;trust;follower}
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). PERAN FOTO PRODUK, DARING CUSTOMER REVIEW DAN DARING CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN DI E-COMMERCE. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Hertin, R.D. (2023). The influence of e-commerce adoption on the success of MSMEs in Empat Lawang Regency in the Covid-19 pandemic. *International Research Journal of Science, Technology, Education, and Management*, 3(1), 91-104. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7777320>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jan, M. T., de Jager, J., & Sultan, N. (2020). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ACTIVITY, INTERACTIVITY, AND CONTENT ON CUSTOMER SATISFACTION: A STUDY OF FASHION PRODUCTS. *EURASIAN JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT*, 8(4), 336–347. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2020.08.04.005>

- Junita, A., & Sos, S. No Kategori Dimensi 1. Berdasarkan pendekatan/paradigma. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*, 17.
- Kartini, K., Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2022). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Lilik Purwanti, S., Mursityo, Y. T., & Rachmadi, A. (2019). *Analisis Faktor Minat Beli, Social commerce, Kepercayaan Dan Followers Dalam Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Facebook Hijup* (Vol. 3, Issue 2). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Meliantari, Dian. (2023). *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)*. Eureka Media Aksara.
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Nurdin, I. P., Fajarni, S., Yulianda, R., & Asri, M. (2024). Rasionalitas Masyarakat Berbelanja Secara Konvensional di Era E-Commerce. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(1), 01–09. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i1.343>
- Nurmayanti, H. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUSANA ANAK SECARA DARING* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Prayudi, Susilo, M. E., & Yanu, M. (2021). *Big Data Media Sosial Twitter dan Pandemi Covid-19*. 1–60. [http://eprints.upnyk.ac.id/32894/1/Buku Big Data Media Sosial.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/32894/1/Buku%20Big%20Data%20Media%20Sosial.pdf)
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Purwanti, S. L., Mursityo, Y. T., & Rachmadi, A. (2019). Analisis Faktor Minat Beli, Social commerce, Kepercayaan Dan Followers Dalam Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Facebook Hijup. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 2070–2079.
- Purwantinah, A., & Kartiningsih, N. B. (2023). *DASAR-DASAR PEMASARAN*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
- Ricky, R. D. M., Kawung, E. J., & Goni, S. Y. (2021). Dampak Aplikasi Belanja Daring (Daring Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Volume*, 1(1).

- Riyanto. 2020. *Statistika Pendidikan*. Bahan Ajar Mahasiswa S1 PGPAUD FKIP Unib. Tidak Diterbitkan.
- Siregar, Syofian. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiarto, E. (2016). Analisis emosional, kebijaksanaan pembelian dan perhatian setelah transaksi terhadap pembentukan disonansi kognitif konsumen pemilik sepeda motor honda pada ud. Dika jaya motor lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(1), 14-Halaman.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018) 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D', Bandung, Penerbit Alfa Beta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suliyanthini, D., Nurmayanti, H., Zahra, E. L. (2023). *Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Busana Anak Secara Daring*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i3>
- Syifa, A. N. (2024). *TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK BUSANA DI E-COMMERCE* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*, 18-24.

Intelligentia - Dignitas