

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M. &. (2023). Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop: Indonesia. *Content: Journal of Communication Studies*, 1(02), 10-20.
- Derajat, S. P. (2025). Eksplorasi Persepsi Generasi Z terhadap Kredibilitas dan Popularitas *Influencer TikTok* dalam Memengaruhi Pilihan Produk Fashion: Sebuah Literatur Review. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 2(2), 183-191.
- Erawati, S. H. (2023). Peran Brand Image Sebagai Moderator Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian. *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 30(2).
- Feriyansyah, A. &. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.
- Hanjaya, B. S. (2023). Pengaruh *Social media marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92-101.
- Harris, L. C. (2020). *Principles of marketing*. Pearson.
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123
- Muninggar, D. A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1).
- Nugroho, A. &. (2023). Customer-Centric Strategy Dalam Menghadapi Persaingan Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 2(4), 316-325.
- Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(2), 26-35.
- Woen, N. G. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Yandi, A. e. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14-27.
- Ibrahim, M.M., dan Irawan, R.E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen*: 7(2).

- Ilahi, A.A.A., Runtu, M.R.G., dan Sapada, M.I. (2024). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UKM pada Masyarakat Kelurahan Salo. *Amsir Community Service Journal*: 2(1).
- Khoirunnisa, S.S., dan Pinandito, A. (2023). Pengaruh Atribut *Key Opinion Leader* (KOL) pada Media Sosial *Instagram* terhadap Minat Beli Konsumen pada *Bootcamp Online*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*: 7(4).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, I.B., Kurniawati, N.S.E., dan Puniawan, I.M.E. (2021). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Minat Beli Mahasiswa Saat Pandemi Covid-19 di Bali. *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*: 22(1).
- Noviyanti, Fadillah. (2024). Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen di Pangeran Studio Tabalong. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong.
- Oktavian, R., dan Aminuddin, L.H. (2022). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Sepeda Eks Bike Dolopo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*: 2(2).
- Saputra, R.F.R., dan Mirnayanti, S. (2024). Pengaruh Pemasaran media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Konsumen di Kedai Happinest Tanjung Kabupaten Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*: 7(2).
- Sijoen, A.E., Hutagalung, M., Sirait, E., Sufa, S.A., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Beli Masyarakat pada E-Commerce. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*: 6(1).
- Sinaga, B.A., dan Sulistiono. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*: 8(2).
- Taqiyya, R., dan Riyanto, S. (2020). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Whatsapp untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafipreneur di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Idea*: 2(10).
- Tinia, Q., Maulita, S., Sofiati, S., Ariani, L.D., dan Nurhayati, H. (2021). Optimalisasi Pemasaran dalam Keberlanjutan Program Bengkel Alat Bantu Disabilitas. *Seminar Nasional Sistem Informasi*:
- Ulfah, dan Arifudin, O. (2022). Peran Guru dalam Pengembangan Bakat dan minat Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar*: 3(1).
- Widyayanti, E. R., & Nafisah. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). *Seminar Nasional & Call For Paper*, 167.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *Diakses pada Februari 2025*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

Kemp, S. (2021). Digital 2021: The Latest Insights Into The States of Digital. Diambil kembali dari : <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>.

baskoro et al. 20233. *Media Sosial Untuk Remaja*.

hanum. 2024. *Pemasarandigital Perpustakaan*.

kotler & keller. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi 12*.

rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*.

ratnasari. 2023. *Strategi Pemsaran Dan Kepuasan Konsumen*.

rumondong. 2021. *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*.

sutrisno. 2021. *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Tik Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*.

yulfita et al. 2024. *Modul Bisnis Digital: Pemasaran Digital, Branding, & Promosi*.

