

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, Nia. 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen secara Offline Pada Toko RR Struff di Bengkulu (Studi kasus Mahasiswa Febi). Bengkulu : IAIN Bengkulu.
- Aldin, Mohammad Akbar dan Siti Nur Alam. 2020. *E-Commerce : Dasar Teori Dalam Bisnis*. Digital. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Alimul, Aziz Hidayat. 2021. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji validitas Realibilitas*. Surabaya : Health Book Publishing.
- Annur, Cindy Mutia. “Ada 204,7 juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022”. <https://databoks.katadata.co.id/dtapublish/2022/03/23/ada-204,7-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>. diakses pada 10 November 2021
- Badan Pusat Statistik, *Statistik E-commerce*. 2021. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Brian Solis. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. (New Jersey: John Wiley & Sons.
- Boone, Louis & David Krutz. 2007. *Company Business*. Jakarta : Salemba Empat.
- Dharmmesta, Basu Swasta & Tani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta.
- Dimiyanti, Johni. 2013. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta L Kencana.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Edisi penyempurnaan. Jakarta : Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an.
- Djohar, Ade Maturudi. 2014. *Metode Penelitian Teknik Informatika*. Yogyakarta :Deepublish.
- Dolet, Dominikus Unaradjan, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta :Grafindo.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Endah, Anindita Kusumawardani. 2017. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop. Universitas Muhammadiyah : Surakarta.

- Endy. 2021. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Pada PT Cahaya Eco Indonesia di Kota Batam. Batam : Universitas Putera Batam.
- Fadhiansyah, Nugroho Naufal dan R Nurafni Rubiyanti,. 2021. Pengaruh Media Sosial dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Matoi Indonesia. *e-proceeding of Management*, sVol. 8 No. 4 Tahun
- Faisal, Indra dan Romano. 2020. Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, Vol. 5, No. 4.
- Ghozali. 2007. *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Geraldine, Yemima Marvel dan Ari Susanti. 2021. Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1.
- Gunawan, Ce. 2020. *Mahir menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Sleman : Deepublish.
- Hermawan, Dedi Joko. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli online, *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9 No 2.
- Hutapea, Mitha Juliana Agnesia dan Nurafni Rubiyanti. 2021. Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Minat beli Produk 3 Second Pada Masa Pandemic Covid-19. *e-Proceeding Of Management*, Vol. 8 No. 4.
- Ilmia, Amalia Ultra. 2021. Pengaruh Word Of Mouth, *E-commerce*, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Baju Murah Lamongan, *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*, Vol. 1 No. 2
- Irawan, Mohamad Rizal Nur. 2020. Pengaruh Kualitas produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Satria Nusantara Jaya, *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol 5, No. 2.
- Keller dan Kotler. 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- K, Kasmiyati. 2019. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa. Makasar : Universitas Muhammadiyah Makasar

- Larasati, Virginia dan Elsie Oktivera. 2019. Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Wardah, *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 7, No. 1.
- Laela, Tanti Dwi Fitria. 2015. Pengaruh perilaku Konsumen dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya. *Jurnal Ekologi*. Vol. 2 No. 2
- Lidwiana, Andrea. "Penggunaan e-commerce Indonesia tertinggi di dunia". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>, diakses 28 Februari 2022
- Machfudz, Masyhuri. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang : Genius Media.
- Maria, Fitrah. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Media Desain Visual*. Yogyakarta : Deepublish.
- Matono, Moh. dan Sri Setyo Iriani. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2.
- Murfadila Annisa. dkk. 2021. Pengaruh Promosi Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-commerce Shopee pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibnu Khaldun Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Maskuri, Muh. Ali, dkk. 2019. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. Vol. 16, No. 2.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang : Dioma.
- Pala, Rukman. 2017. E-commerce dan Masyarakat Perkotaan (Survey Masyarakat Kota Ujung Bulu Kabupaten Bulu Kumba Provinsi Sulsel Tentang Aktivitas e-commerce). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Vol. 21 No. 1.
- Purbohastuti Arum Wahyuni. 2017. Efektivitas Media Sosial Sebagai Meda Promosi, *Jurnal Ekonomika*, Vol. 12, No. 2.
- Purnamasari, Esti. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima). *Jurnal Ekonomi*, 16(2), 170

- Putri, Citra Sugianto. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 1 No. 5.
- Putri, Syafira K dan Berlian Primadani. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoind Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 9, No. 1.
- R, Deru Dika dan Cindy Jovita. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 18, No.1
- Rahaju, Endang Edi. 2018. Pengaruh Karakteristik Bintang Iklan dan E-commerce Terhadap Minat Beli Ulang produk Fashion di Kota Madya Madiun, *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 2.
- Raheni, Cahyaning. 2018. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa, *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 5, No. 2.
- Ramadhan. Jani, Muhamad. 2019. “Pengaruh Media Sosial dan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro House Of Smith”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3. No. 3.
- Razak, Ismail. 2016. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Propinsi DKI Jakarta, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, , Vol. 4, No. 2.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset penelitian Kuantitatif Penelitian Di bidang manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Rusmawan, Uus. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli produk digital secara Online, *Bina Insani ICT Journal*, Vol 1 No 1.
- Roger, James Angel. 1997. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupta Aksara
- Tambunan, Elisabet. 2019. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Kosmetik Wardah di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan, *Jurnal Ilmiah INTEGRITAS*, Vol. 5, No. 1.
- Tania, Adelia Septiani Restanti, dkk. 2020. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Malang : Intrans Publishing Group.
- Santoso, Singgih. 2006. *Seri Soulsi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS Untuk Statistik Parametrik*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

- Sarwono, Jonathan dan K Prihartono. 2012. *Perdagangan Online : Cara Bisnis di Internet*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Satria, Arief Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada perusahaan A-36, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Setiawati, Mila. 2015. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. *Artikel ilmiah*. Riau : Universitas Pasir Pengairan.
- Subagyo, Rohmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep dan Penerapan*. Jakarta : Alim's Publishing.
- Sugian, Syahu. 2006. *Kamus Manajemen Mutu*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Surjaweni ,Wiratna. 2015. *Metode Penelitian-Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustakabarupress.
- Syatori, Toto, Nasehudin dan Nanang Gozali. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Studi Pustaka.
- Wahyu, Paulina Kusumasari. 2018. *Peran Online Engagement Pada Pengaruh Tipe Post dan Waktu Post Di Instagram Terhadap Minat Beli*. Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Widhiani, Asterina dan Idris. 2018. Pengaruh Promosi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro, Diponegoro *Journal Of Management*, Vol. 7, No. 2.
- Yadewani, Dorris dan Reni Wijaya. 2017. Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang), *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, Vol. 1, No. 1.
- Yoebrilianti, Anggit. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial. *Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1