

DAFTAR PUSTAKA

- Aptaguna dan Pitaloka. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek" 3 (2016): 49–56.
- Arum Purbohastuti Wahyuni. "Ekonomika 12" 12 (2017): 212–31.
- Azizah. "Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Di Indonesia" 4 (2021).
- Basu Swastha And I Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran," Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002.
- Birusman Nuryadin, H. Muhammad. "Harga Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2007): 86–99.
- Butarbutar, Marisi. Et al. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Pengembangan*. Medan, 2020.
- Citra Mutia Annur. "Indonesia Jadi Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Ke-4 Di Dunia," 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>.
- Dewi Kurniawati. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa." *Jurnal Simbolika* No. 21 (2013): 193–98.
- Dya Viani Subastian Et Al. "Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS.GLOW." *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2 (2021): 1–10.
- Eka Sri. Apriliana. "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswa Uin Antasari Banjarmasin." *Jurnak Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 5 (2019).
- Ena, Nyoko, dan Ndoen. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet." *Jurnal Manajemen* 10 (2019): 299–310.
- Fadlilah Mutia Cahya, Ida Aryati Dyah Putnomo Wulan, And Ratna Damayanti. "Analisis Celebrity Endorsment, Variasi Produk, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani,." *Jurnal Ilmu Manajemen* 9 (2019): 88.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta, 2002.
- Firdaus, Fakhry Zamzam. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Hakim, Aziz Adisurianto. Rahman, Yanuar. "Perencanaan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (AW)" 2 (2017): 39–41.
- Hanifa. Nst, Muhammad Fakhru Rizky. Yasin. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurpia Sei Mencirim Medan." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* No 2 (2014): 139.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace. Et. *"Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi"*. Tangerang Selatan, 2021.
- Hasanah. "Pengaruh Variasi Produk Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Rokok Sampoerna (Studi Kasus Pada Pt. Sampoerna, Tbk. Pagar Alam)." *Jurnal Ekonomika*, 2021, 31–54.
- Hikmatul Maani. "Penggunaan Media Sosial 'Instagram' Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar" No 1 (2019): 67–71.
- Ita Suryani. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung Asean Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf Ri Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat." *Jurnal Komunikasi* 8 (2015): 123–38.
- Junia, Meri. Et al. "Kajian Hubungan Antara Iklan Di Media Sosial Dengan Minat Beli Konsumen." *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Sosial Dan Humaniora)* 1 (2015): 56–57.
- Keller, kotler dan. *Manajemen Pemasaran*. hearlow: pearson education limited, 2018.
- Khasanah, Fata Nidaul. "Pemanfaatan Media Sosial Dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19." . . *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat* 1 (2020): 2–3.
- Ki Agus Yudi Kurniawan. "Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merk Apple Lini Terbaru Citra Merk Sebagai Variabel Mediasi," 2022.
- Kotler, Philip, & Keller, KL. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-15*. Pearson Education. Inc, 2016.
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 14*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Libriana. Susanti. "Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan Terhadap Variasi Produk Dan Kemasan Produk." *Journal Od Managemenr And Bussiness* 3 (2021): 1–77.

- Lu'lu Ul Maknunah Kadela Reka Nur Laili. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Geti Kuda Terbang (Studi Kasus Di Ud. Bu Sulasmi Kademangan)." *Jurnal Translitera* 8 (2019): 34–43.
- Luluk Nur Azizah. "Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Kiringan." *Jurnal Media Mahardhika* 9 (2020): 102–7.
- M. Sholihin, W. Arianto dan Dina Fitri Khasanah. "Keunggulan Sosial Media Dalam Prkmbangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 (2018): 362–75.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1995.
- Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati, dan Roy Krisna. "Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 8 (2020): 149–59.
- Mila Setiawati. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen." *Sistem Informasi Akuntansi*, 2015, 13–18.
- Moh. Et Al. Ghozali. "Faktor Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)." *Jurnal Ilmiah Mea* 5 (2021): 177–92.
- More, Kristina, dkk. "Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Masyarakat Pada Toko Emas Gemilang Oeba Kota Kupang," 2022.
- Muh Ali Maskuri et al. "Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* No 2 (2019): 139.
- Muhammad Rafif Hidayatullah, I Made, dan Bayu Dirgantara. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Dukungan Selebritas, Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Fashion Levi's Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 7 (2018): 1–10.
- Nainggolan, Nora Pitri. Heryenzu. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 19 (2018): 41–42.
- Nia Adeni. . "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko RR Stuff Di Bengkulu Studi Kasus Mahasiswa FEBI," 2019.
- Nilla Wijayasari dan Mahfudz. "Pengaruh Brand Image , Kualitas, Persepsi Harga

- Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Diponegoro Journal Of Management* No 2 (2018): 1–9.
- Nuning Indah Pratiwi. “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 2017, 212.
- Nurchahyo, Brian Hesmu Khasanah. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Danword Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Taman Joglo Cafe Semarang).” *Jurnal Manajemen* 5 (2016): 427–42.
- Paulina Kusumasari. “Peran Online Engagement Pada Pengaruh Tipe Post Dan Waktu Post Di Instagram Terhadap Minat Beli” 1 (2018): 1–133.
- Peter, Zamhari, And Lona Miranda. “Analisis Pengaruh Variasi Produk. Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Bangka Trade Center Pangkalpinang.” *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis* No 2 (2018): 1–13.
- Philip Kotler And Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Purbohasuti and Hidayah. “Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser.” *Jurnal Bisnis Terapan* 4 (2020).
- Putri, Gitty Anisa, dkk. “Pengaruh Sosial Media Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Konsumen Penggunaan Instagram Di Pekanbaru” 2 (2023).
- Radifa Witsqa Muhammad, Eti Rochaeti, dan Edi Setiawan. “Pengaruh Media Social Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa Feb Universitas Prof Dr Hamka.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9 (2021): 213–22.
- Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, And Sarwo Edy Wibowo. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express” No 1 (2019): 279–92.
- Renzika Ovilyani Nurafrina Siregar. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkomcabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru.” *Jurnal Manajemen Tools* 7 (2017): 65–76.
- Rina Sari Qurniawati. “Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11 (2018): 17–27.
- Rio Febriannur Rachman. “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital Di Surabaya Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Pengembangan*

Masyarakat Islam 10 (2019): 157–76.

Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, 2015.

Sayyidati Fatihatul Mawa dan Iwan Fahri Cahyadi. “Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Lain Kudus Angkatan 2017).” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 9 (2021): 253.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. *Perilaku Konsumen (Ke-10)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2010.

Siti Mardah. “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Biro Akademik Dan Kemahasiswaan Uniska Mab Banjarmasin.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 4 (2018): 110–26.

Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D. Cetakan Kedua Puluh Tiga*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Suhery. “Pengaruh Komitmen, Budaya Organisasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Organization Citizenship Behavior.” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 7 (2018): 80–90.

Tiara Cantika. Putri And Ce. Gunawan. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available* 1 (2020): 34–39.

Tuasikal, Muhammad Abduh. “Allah Di Atas ‘Arsy-Nya, Namun Allah Juga Bersama Dan Dekat Dengan Hamba-Nya,” 2009. <https://rumaysho.com/279-allah-di-atas-arsy-nya-namun-allah-juga-bersama-dan-dekat-dengan-hambanya.html>.

Waluyo Jati dan Hanafi Yuliansyah. “Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store)” 1 (2017): 259–82.

Warham Firona dan Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Direct Selling Dan Media Sosial Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rokok Sin Herbal.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* 3, no. 213–222 (2018).

Yunita Maesyaroh. “PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK, DAN PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN WAJAH (FACE CARE) SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pada Customer Scarlett Whitening Di Kabupaten Pati),” 2022.