

DAFTAR PUSTAKA

- Acai Sudirman, Astri Rumondang, dkk., 2020. Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. Jakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Aglis, Andhita Hatman dan Slamet Riyanto. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Agung, Budiatmo dan Mearti Kurniasari. *Pengaruh Social media marketing, Brand Awaraness, Brand Awaranessterhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffe Semarag*, Vol. 7, No. 1 (2018).
- Akses hasil pencarian kata kunci “Pisang Nugget Sharmee”.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Bank Syariah*. Bndung, Alfabeta.
- Alexander Wirapraja, Novi Tri Hariyanti. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif* . Volume 15 No. 1 Juni (2018).
- Alexander, Wirapraja dan Novi Tri Haryanti. “Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)”, *Jurnal EKSEKUTIF*, Vol. 15 No. 1 (2018).
- Al-Ghifari. 2001. Analisis Regresi: *Teori, Kasus dan Solusi* Edisi II. Yogyakarta: BPFE.
- Ali Sodik dan Sandu Siyoto. 2015. *Dasar Metode Penelitian* .Yogyakarta: Literasia Media Publishing.
- Al-Qur'an. 1971. *Al- Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an.
- Amrin, Abdullah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Grasindo.
- Andi, Jam'an dan Enny Radjab. *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Muhammadiyah Makasar, 2017).
- Arianto, Anandhitya Bagus. Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Tanama Putri, Budi Rahayu. 2017. “Manajemen Pemasaran”. Denpasar : Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Ayu Salmah, Ninin Non. PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIKA

- SARI AYU PADA TOKO LA TAHZAN PALEMBANG. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No.1, April (2015).
- Azuar, Juliandi dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press, 2014.
- Beekun, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Catriana, Elsa. "Ini 3 Subsektor Ekonomi Kreatif yang jadi Penyumbang Terbesar PDB Indonesia" KOMPAS.com, 30 Agustus, 2020.
- Cindy, Jovita dan Deru R. Indika. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen", *Jurnal Bisis Terapan*, Vol. 1 No. 1 (2017).
- Donni, dan Buchari Alma. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Penerbit ALFABETA.
- Duwi, Priyatno. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Eriza, Yolanda Maldina dan Nurul Mubarak. "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista" *I-Economic Vol.3*, No. 1. (2017).
- Ferdiand, Agusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Fuzi, Viny Putri. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social media marketing Er-Coner Boutique dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru*, Jurnal Of Management FISIP Vol 3 No. 1 Februari (2016).
- Gazali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 21*, Semarang: UNDIP.
- Gulo, W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gunawan. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku untuk Orang yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hardi, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Puataka Ilmu.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hedika, Dimas dkk. "Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 29 No. 1 (2015).

- Hendryadi, dan Suryani. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Huda, Nurul dkk. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Baruan Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Bnadung: Penerbit ALFABETA.
- Imam K, Daniel dkk, “Pengarung Pemsaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional”, *Jurnak Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 24 No. 1 (2015).
- Indrasari, Meithina. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelangan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan & Basu Swatha. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offiset.
- Irmwan dan Swastha. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Keller dan Philip Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Khoirun, Nisa dan Chusnul Muali. “Pemasaran Syariah Berbantu Media Sosial Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual”. *Jurnal Ekonomi Syariah*.5 No. 2 (2019).
- Lili, Salfina, dkk. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariman*, *Jurnal Indovisi* Vol 1 No. 1 (2018).
- Lubiana, “*Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian*“, (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 58 No. 1 (2018).
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakrta: Mira Wacana Media.
- Metha. 1994. *Peilaku Konsumen*. Jakrta: Rajawali Press.
- Muhammad, Asnan Faniani dan Nur Asnawi. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori, Filpsofi &Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Perss.
- Muhammad, Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya.2006.*Syariah Marketing*Bandung: PT Mizan Pustaka.
- NeoElearning. New Entrepreneur Orientation: Mengenal Bisnis Online Lebih Dekat, www.NeoElearning.com , 2021.

- Noor, Juliyansyah. 2011. *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pada Zalora Indonesia, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 15, No 2, Agustus (2016).
- Pawenang, Supawi.2016. *Modul perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisni.*, Surakarta: Progam Pascasarjana UNIBA.
- Pitalika, E dan Aptaguna, A., “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”, *Widyakala*, 3 Maret, (2016).
- Priyanto, Duwi. 2012. *Cara Kita Blajar Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Puramasari, Esti.“Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Online”, *Jurnal Ekonomi*, Vol.16 No. 2, (2020).
- Purnomo, Eko dkk., *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universits Pasir Pengaraian (2016).
- Putri, Citra Sugianti. “Pengaruh Media Soisial Terhadap keputusan Pembelian Konsume Melalui Minat Beli”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1 No. 3 (2016).
- Rachmawati, Rina. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran, *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol. 2, No. 2, Mei (2011)
- Rahadi, Dedi Rianto. *Social media marketing dalam Mewujudkan E-Marketing*, Universitas Bina Darma, (2017).
- Raheni, Cahyaning. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa”. *Jurnal Sinar Manajemen*. 5 No. 2 (2018).
- Rajab, Rusman Muhammad. 2020. *Budaya dan Kontrasepsi*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Restu, Wahyuni dan Anazir Anazir. “Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang”. *Jurnal Sains Manajemen*, 3 No. 2 (2017)
- Rizal, Achmad.2020.*Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Rochmat Aldy, Purnomo. 2017.*Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.

- Sangadji, Etta Mamang . 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Saputri, Marheni Eka. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Series di Kota Malang, *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN* | VOLUME 11 | NOMOR 2 | JUNI (2013)
- Sari, Novita. *Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada Online Shop*, Skripsi Universitas Sumatra Utara. (2018).
- Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Simamora. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Srisulistawati, Popon dkk., “Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Minat Beli Konsumen”. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 9 No. 1 (2019)
- Sudarmanto, R. Gunawan. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiarto, Dergipson Siagian. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bndung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sunyoto Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Supriadi. 2018. *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Supriyanto dan Rohmad. 2016. *Pengantar Statistika: Panduan Praktis bagi Pengajar dan Mahasiswa*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Suryani, Ita. “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).
- Tengku. 2020. *Buku Ajar Manajemen Baruan Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Kota Bandung: CV MEDIA SAINS INDONESIA.

- Theresia Pradiani, *“Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan”* Jibeka Vol. 11 No. 2 Februari (2017).
- Tjiptono, Fandy . 1997.*Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tondang, Berty Windi. “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Giant Pekanbaru”, *JOM FISIP*, 6 Edisi II (2019).
- Umar, Husen .*Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 83.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* .Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winarto, Hari. “Strategi Pemasaran”, *Majalah Ilmiah Ekonomi*, Vol. 14 No. 3 (2011).
- Yemima Marvell, Geraldine. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Brand Wardah*, *POINT JURNAL* 3, no. 1 (2021).
- Zulganef. 2018. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis Edisi 2*. Yogyakarta: Expert..

