

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social Media In Marketing: A Review And Analysis Of The Existing Literature. *Telematics And Informatics*, 34(7), 1177–1190. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 21(2013), 1–15.
- Benedicta Teressa1, J. I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Chaffey, D. & -C. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice (8th Ed.). Pearson.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Rumahkimkotatangerang). *Jurnal Pikma : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/Pikma.V6i1.1308>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting The Future Of Digital And Social Media Marketing Research: Perspectives And Research Propositions. *International Journal Of Information Management*, 59(July 2020), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Firmansyah, A. (2022). Erilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Cv Media Sains Indonesia.
- Hotimah, H., Firdausl, M., & Amin, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ukm Makaroni Bantet Banyuwangi)*. 16–29.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 595–603. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25>
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect Of Electronic Word Of Mouth Communications On Intention To Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/S10796-019-09924-Y>

- Jauza, N. A., & Albina, M. (2025). Model Dan Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Kajian Filosofis, Metodologis, Dan Aplikatif. *Qouba : Jurnal Pendidikan*, 2(1), 104–111. <https://doi.org/10.61104/Qb.V2i1.280>
- Lamirin, Lisniasari, & Min, W. (2025). Meningkatkan Literasi Metodologi Penelitian Kuantitatif Melalui Webinar Ilmiah Bagi Mahasiswa Dan Masyarakat Umum Di Stiab Smaratunga Ampel-Boyolali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bodhi Dharma*, 3(2), 33–39.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing People Technology Strategy*.
- Nasrullah, R. (2021). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, L. K., Suharto, & Sigalingging, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Lookme.Coo Bandar Lampung. 198–205.
- Nizwar, Tousalwa, C. C., & Waelauruw, A. T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Penyebaran Rute Waipirit-Hunimua. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 147–158.
- Octafiana, N., & Nuraini, D. (2026). Peran Kepercayaan Konsumen Dalam Menghubungkan E-Wom Tiktok Shop, Brand Image, Dan Keputusan Pembelian Skincare Avoskin Pada Gen Z Surabaya. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(4), 10704–10717. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i4.5586>
- Rahmansyah, I. F., & Anand, F. A. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Profit Bisnis Di Era Pandemi. *Seminar Nasional Sistem Informasi*. <https://seminar.unmer.ac.id/index.php/senasif/senasif5/paper/view/941>
- Salim, S., & Rachman, A. (2024). Pengaruh E-Wom Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tuku. In *Medizinische Klinik - Intensivmedizin Und Notfallmedizin* (Vol. 119, Number 8, Pp. 614–623). <https://doi.org/10.1007/S00063-024-01190-4>
- Sari, D. P., Nasti, N., & Julkarnain. (2026). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 2152–2161. <https://doi.org/10.71456/Sur.V4i2.2031>
- Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Shirt Brand Cressida Di I'm Fashion Store Kabupaten Tabalong. 6, 1280–1291.

- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Sutopo, Ed.).
- Tjiptono, F. &. (2022). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5th Ed.). Andi.
- Yusup, R., & Nurmahdi, A. (2020). Analisis Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan Two Way Cake Claresta Karawang. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Zeithaml, V. A. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* (8th Ed.). Mcgraw-Hill.