

DAFTAR PUSTAKA

- Annissa, T. (2021) *Pengaruh Brand Image dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hotel Mercure Bandung City Centre*. STIE STAN IM, Bandung.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Anwar, K. (2021) *Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. STIE STAN IM, Bandung.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital marketing : strategy. Implementation and practice*. Pearson Uk.
- De Yusa, V., & Hastono, A. L. (2018). pengaruh citra merek, harga dan promosi dalam keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) rivero di bandar lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 12(1).
- Fauzi A. (2017). *Pemasaran Internasional: Pengantar, Teori, dan Konsep*. Malang: Empatdua.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh *Digital Marketing* Pada Peningkatan Brand Awareness Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409-418.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. yang Terdaftar dalam Indonesia Sharia Stock Index (ISSI). *Jurnal Universitas Indonesia*.
- Gunelis, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. Unites States: McGraw Hill.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Kamaluddin, I. H. A., & Patta Rapanna, S. E. (2017). *Administrasi Bisnis* (Vol. 1).

Sah Media.

- Kotler, P & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa : Bob Sabran Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Edisi keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Mileva, L. (2018) *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas*
- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Osingdeles). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 16(1), 98-104.
- Sihombing, F. F. (2020). Pengaruh Pemasaran Media Online Terhadap Kepuasan konsumen Pada Aplikasi Traveloka (Studi Pada Aplikasi Traveloka).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahid, U. M., & Rizki, M. F. (2018). Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi Lokal Melalui Budaya Lokal. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 160-174.