



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, A. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Aripin, Z. (2021). *E-Business Strategi, Model, dan Penerapannya*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Belch, George E & Belch, Michael A. (2018). *Advertising and Promotion*, Edisi 17, New York: McGraw Hill.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing: Strategi Memaksimalkan Media Sosial Untuk Lejitkan Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit DIVA Press.
- Cooper, Donald R & Schindler, Pamela S (2014). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, New York: McGraw Hill.
- Digital Business Academy. (2021). *Social Media Marketing 2021-22: Beginner's Guide to Making Money Online. Become a Successful Influencer Through Youtube, Twitter, Facebook, Instagram and LinkedIn Algorithms. Start Your Passive Income*.
- Echdar, H. Saban. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Estiana, R., Karomah, N. G., Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: Mc Graw Hill.
- Hair, Joseph F., William C. Black., et al (2018). *Multivariate Data Analysis*. Edisi 8, United Kingdom: Pearson.
- Hair, Joseph F., William C. Black., et al (2018). *Multivariate Data Analysis*. Edisi 8, United Kingdom: Pearson.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*, Edisi 16, USA: Pearson.
- Laudon, Kenneth C & Traver, Carol G. (2022). *E-Commerce 2021 – 2022: Business, Technology, Society*, Edisi 16, United Kingdom: Pearson Education.



Malhotra, Naresh K & Agarwal, J. (2021). *Customer Relationship Marketing: Theoretical and Managerial Perspectives*. United States: World Scientific.

P. Rakhmat. (2020). *Viral Digital Marketing*. Bandung: Penerbit Informatika.

Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish .

Sawlan, D.K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: Penerbit Scopindo Media Pustaka.

Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Pustakabarupress.

Sya'idah, E.H. & Jauhari, T. (2022). *Mendulang Keuntungan dari Sosial Media Marketing*, Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

Tarjo, S. Sos., M.AB. (2019). *Metode Penelitian*. Sleman: Penerbit Deepublish.

Wahyudi. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Bildung.

Jurnal

Al Amin, M., & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal *Box Counting* Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny. MATHunesa (Jurnal Ilmiah Matematika), 2(6), 33-42.

Dyatmika, S. W., Viviani, M., & Alam, W. Y. (2021). The Influence Of Brand Ambassador And Instagram Advertising On Zoya Cosemtic Product Purchase Decisions (Case Study On Follower Instagram@ Zoyacosmetics). *SENTRALISASI*, 10(2), 94-103.

Fitri, A. G., & Delliana, S. (2022). The Influence of Brand Ambassador Yuki Kato on the Purchase Decision of Senka Perfect Whip. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 93-103.

Putri, M. N. S., Robiansyah, R., & Rahmawati, H. R. (2022). The effect of instagram marketing and store image on purchase decision with gender as moderating variable. *INOVASI*, 18, 104-111.

Rani, R. P., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Rembang). *SEIKO: Journal of Magagement & Business*, 5(2), 141-151.

Selvia D., & Deliana, Y. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR ORGANIK DI WARUNG 1000 KEBUN BANDUNG. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1476-1486.

- Tauran, R. H., Andrian, D. R., Wahyuningtyas, A. S. H., & Isaskar, R. (2022). The Effect of Social Media Marketing on the Purchase Decision of Kooka Coffee Products using Brand Image as a Mediation Variable. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(3), 223-232.

Website:

- Akbar, (2024). Pengertian Instagram: Sejarah, Fungsi, Fitur dan Cara Menggunakannya. Diakses pada 8 Oktober 2023. <https://ruangpengetahuan.co.id/pengertian-instagram/>
- Annur, Cindy M. (2023). Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia. Diakses pada 8 Oktober 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Barlian, Jeihaan K. (2023). Scarlett Whitening, Brand Kosmetik Rintisan Sang Artis Sinetron. Diakses pada 7 Oktober 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram>
- Hasibuan, Linda (2022) Cantik & Masih Muda, Ini Dia Sosok Pemilik Scarlett Whitening. Diakses pada 7 Oktober 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram>
- Simplidots.com. Apa itu FMCG (Fast Moving Consumer Goods)?. Diakses pada 7 Oktober 2023, <https://www.simplidots.com/apa-itu-fmcg-fast-moving-consumer-goods/>