

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker D., & Biel, A. L. A. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates*.
<https://jurnal.umsu.ac.id/inde.php/MANEGGIO>
- Abdullah, Thamrin *et al.* 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ajri, Muhammad. 2024. *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Rabbani*. Februari: 10-51
- Akim H. 2023. *Pengaruh Legalitas Usaha, Packaging produk dan Labelisasi Halal MUI terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Cilacap Selatan Kabupaten Cilacap*. Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen), 16(1), 118
- As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid. 2014. *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Emprirical Study on Mobile Service Provider in Jordan*. Science Private University, Amman, Jordan. Rev. Integr. Bus. Econ. Res., Vol 3.No. 1, pp. 1-13
- Ayesha, Ivonne *et al.* 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi Anggota IKAPI No.033/SBA/2022
- Damaik, Yudhistira *et al.* 2022. *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Merek Compass*. Jurnal Ilmiah Simantek, 6(2), 27-35
- Dewi Puspita, Ni Made. 2021. *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi E-Word of Mouth pada Givanda store*. Denpasar. 758-771
- Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip

- Gunawan, D. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Berbasis Sosial Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional
- Hanjaya, Billy Surya *et al.* 2023. *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM*. Jprime : Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi Vol.1, No.3 Juli 2023
- Hestanto. 2020. *Citra Merek (brand image) Menurut Para Ahli*. Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>
- Indrasari, Meithana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kanuk dan Schiffman. 2007. *Perilaku Konsumen Ed 7*. Jakarta.
- Keller dan Kotler. 2016. *Manajemen Masa Pemasaran Jilid 1*. Erlangga
- Lahus, Adriana S. 2023. *Pengaruh Brand Image dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop*. Journal of Economics, Management and Finance Vol. 2 No. 2 (2023)
- Mahdi, M.I. 2022. *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 juta pada 2022*. <http://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Moumtaza, Faiza Zulfa. 2022. *Pengaruh Sosial Media Marketing, Influence Marketing dan Brand Image Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: 328 hlm
- Salvation & Sorooshian. 2018. *The Role of Social Media Marketing and Product Involvement on Consumers' Purchase Intentions of Smartphones*. 66-81

- Siahaan C., Ginting, L. T. R.A. 2023. *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan*. Jurnal Wira Ekonomi Mikrosski 13(1),80-90. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kesatu Cetakan 1 S.D 28. Alfabeda: Bandung
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cet. 1 – Yogyakarta: 284 hlm. CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Waruwu, Otomasi *et al.* 2023. *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sehat Bakery Sibulan Indah*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 3 No. 2 Juni 2023. Hal 107-118
- Widada, Cahyana Kumbul. 2018. *Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan*. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Wijayati, Hasna & Andika Drajat Murdani. 2024. *Metode Pemasaran Digital*. PT Anak Hebat Indonesia: 278 Hlm
- Wiranta, I Ketut Adi *et al.* 2021. *Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan*. Jurnalemas: 133-146