

### Daftar Referensi

- Agutina, A., Suci, R. P., Wulandari, W. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Social Media Dan Kualitas Produk Serta Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 15(1).
- Alam, R. S., Hamid, R. S., Sapar. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19 (01).  
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/index>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta
- Amalina, H. N. (2021). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Ariani, D.W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- As'ad, H. A., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315-345.
- Borneo, A. (2023). *Analisis Pengaruh social media marketing, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Properti Di Kota Pontianak*.
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1).
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Values*, 2(3).

- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... Wang, Y. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Mardiyanto, D., Giarti. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 3(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies
- Juliana. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Kopi Senja Medan*.
- Johansyah, I. G., Kaniawati, K. (2020). The Impact of Price and Quality Product on Consumers' Purchasing Decision in Kaos Anak for Kids' (Kafk) Clothing Shop. *Journal Sampurasun : Interdisciplinary Studies for Cultural Heritage*, 6(1).
- Kemendag. *Profil Komite Pengamanan Perdagangan Indonesia*. Diakses melalui <http://kppi.kemendag.go.id/profile/index/1/1>
- Kemenperin. (2022). *Naik 54%, Investasi Sektor Manufaktur Lampau Rp 365 Triliun*. Diakses melalui <https://kemenperin.go.id/artikel/23641/Naik-54,-Investasi-Sektor-Manufaktur-Lampau-Rp-365-Triliun>
- Kemenperin. (2022). *Tumbuh 4,83 Persen, Sektor Industri Paling Moncer di Triwulan III-2022*. Diakses melalui <https://kemenperin.go.id/artikel/23683/Tumbuh-4,83-Persen,-Sektor-Industri-Paling-Moncer-di-Triwulan-III-2022>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). Jakarta: Erlangga.

- Lyna., Ditioblebit, H. (2021). Peranan Media Sosial Instagram, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Masker.Solopunya. *Business Inovation & Entrepreneurship Journal*, 3(2).
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 60– 66. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>
- Negedu., Godwin., Isik, A. (2020). Importance of WhatsApp And Facebook Advertisement on small Business startups in Nigeria: A Case Study of Abuja Municipal Area Council. *Munich Personal RePEc Archive*.
- Neti, S. (2011). Social Media and Its Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business System*, 1(2).
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social Research Methods : qualitative and quantitative approaches* (Ed. 7th). Harlow: Pearson Education Limited.
- Nursiti., Giovanna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). Analisis Jalur. Jakarta: Rineka Cipta.
- Razak, I., Nirwanto, N., Triatmanto, B. (2020). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 30.
- Robbi, M. (2020). *Gempuran Barang Impor Merugikan, Industri Nasional Jangan Diam!*. Diakses melalui <https://mucglobal.com/id/news/2156/gempuran-barang-impor-merugikan-industri-nasional-jangan-diam>
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarata : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sapitri, T., Rohandi, M. M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Flashy Bandung Shop Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.239>

- Schiffman dan Kanuk, (2007). *Perilaku Konsumen* (2nd Ed.). Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Sugiyantoro, N. L. A., Wijaya, M., Supriyadi. (2022). The Journal of Society and Media, April 2022, 6(1) 1-16.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sujipto, V. W., Arviani, D. W., Putri, K. Y. S. (2022). The Influence of WhatsApp Social Media on the Dissemination of Learning Information. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 2022, 165-175.
- Sunjoyo et al (2013). *Akuntansi - studi dan pengajaran IBM SPSS 21.0 (Program komputer) Statistik*. Bandung: Alfabet
- Tjiptono, F., Gregorius, C., Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (2nd Ed.). Yogyakarta: ANDI
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *JOM FISIP*, 4(2).
- Walyoto, S., Sujarwati, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210-2220
- Wibisono, E. K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo*.
- Wulandari, E., Andayani, S., Nasution, U. C. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lacoco Skincare Pada Stokis Cabang Surabaya. *Seminar Nasional 2022 "Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi"*, 1(1).
- Zhao, H., Yao, X., Liu, Z., & Yang, Q. (2021). Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in

a Mediating Role. *Frontiers in psychology*, 12, 720151.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.720151>

