

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ahyar H & Juliana Sukmana D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Seri Buku Hasil Penelitian View project Seri Buku Ajar View project*, From <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Ariesandy, P., & Amanda Zuliestiana, D. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop The Influence Of Social Media Marketing Via Instagram On Purchase Intention Of Ladyfameshop Consumers*.
- Chriswardana, B. D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta): Vol. XVI (Issue 1)*. [www.naikuber.com](http://www.naikuber.com),
- Diaz, O., Azizah, U., & Rafikasari, F. (2021). *Pengaruh content marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @souvenirmurah\_Ta Di Masa Pandemi*. 1(1).
- Ghozali, imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 10)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, F., Ika Purnama, N., & Hanum Harahap, S. (N.D.). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Promosi Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Yang Menggunakan Grab (Vol. 2, Issue 3)*. Retrieved February 1, 2023, From <https://Jurnal.Ceredindonesia.Or.Id/Index.Php/Akmami>
- Hutapea Mitha Juliana Agnesia, & Rubiyanti, N. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk 3 Second Pada Masa Pandemic Covid-19 The Effect Of Promotion And Social Media On Interests In Buying 3 Second Product In The Pandemic Time Covid 19*. *Manajemen*, 8. *buying 3 second product in the pandemic time covid 19*. *Manajemen*, 8.

- Kuspriyono Taat. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. XVIII,.
- Muzakkii, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh *content marketing* Instagram Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Sarawa.Co) The Effect Of Instagram *content marketing* On Buying Interest In The Covid-19 Pandemic Period (Case Study On Sarawa.Co).
- Nefrida, Riati, & Mustofa, R. (2022). Pengaruh *content marketing* Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi kasus : Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru) (Vol. 1, Issue 2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social->
- Pradesyah Riyan. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Pramono Adelia Sinta Ayu, & Pradana Mahir. (2022). The Influence of Social Media Marketing Tiktok on Brand Awareness and Purchase Interest (Case Study: Sociolla).
- Prasetya, R. A., Niaga, P. T., & Ekonomi, F. (n.d.). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Masa Era Media Sosial. Bandung: Pustaka Setia.
- Radjab, Enny M. AB, & Jam'an, A. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Makassar. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Santoso, D. W., & Mashyuni. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar (Vol. 1, Issue 1).
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(4). <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>

Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34.  
<https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>

Surahman., Rachmad, M., Supardi, S. (2016) *Metodologi Penelitian*. Jakarta Selatan: Pusdik SDM Kesehatan