

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brucks, M. (1985). The effects of product class on information search behavior. *Journal of consumer research*, 1-16.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Data Reportal. (2020, November 25). Retrieved from Digital 2020 July Global Statshot: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>,
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59.
- Efendi, B., Setiyawan, F., & Astuti, M. (2022). Pengaruh Country of Origin, Citra Merek, Perceived Quality Dan Product Terhadap Minat Beli (Studi Pada Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Mataram Sakti Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*.
- Evans, D., Bratton, S., & McKee, J. (2021). *Social Media Marketing*. AG Printing & Publishing.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Grover, P., Kar, A. K., & Dwivedi, Y. (2022). The evolution of social media influence-A literature review and research agenda.
- Herman, H., Kamase, J., Nujum, S., & Dewi, R. (2022). Pengaruh kualitas layanan, perbaikan layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pasien rawat inap di rumah sakit umum daerah Batara Siang Kabupaten Pangkep. *Jurnal Ekonomi Global*, 185-199.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif*.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-commerce Shopee Di Indonesia. *EProceedings of Management*.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business research*, 1480-1486.

- Kim, J., Lee, J., Park, E., & Han, J. (2020). A deep learning model for detecting mental illness from user content on social media. *Scientific reports*.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). *A framework for marketing management*.
- Maharani, N., & Susanti, F. (2023). Kualitas Produk, Testimoni, dan Endorsment Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Emina di Transmart Padang. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 239-258.
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Matondang, Z., Fadlilah, H., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh pengetahuan produk, label halal, dan harga produk terhadap keputusan pembelian kosmetik dengan religiusitas sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 18-38.
- Michael Solomon, R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Musthofa, A., & Buhanudin, B. (2021). Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 81-97.
- Narottama, N. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*.
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal intrinsic religiosity and product on halal product purchase intention. *Role of halal product awareness*, 603-620.
- PENGARUH E-PRODUCT , E-SOCIAL INFLUENCE, DAN E-TRUST TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI APLIKASI KITABISA.COM. (2021). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- PGN BANDAR LAMPUNG. (2024). *Laporan PGN BANDAR LAMPUNG 2024*. Bandar Lampung: Perusahaan Gas Negara.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, gaya hidup, dan pengetahuan produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di kota Semarang. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 361-374.
- Rahmawati, F., & Atmojo, I. R. (2021). Analisis media digital video pembelajaran abad 21 menggunakan aplikasi canva pada pembelajaran IPA. *Jurnal Basicedu*, 6271-6279.

- Sanny, L., Then, J. J., Sentano, S., & Kelana, B. W. (2024). Effectiveness of Social Media Marketing on Brand Commitment: Case Study of Local Cosmetic Brand in Indonesia. *2024 3rd International Conference on Creative Communication and Innovative Technology (ICCIT)*, (pp. 1-7).
- Santoso, M. D. (2020). STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH TABUNGAN BERJANGKA PADA BANK PRIMA MASTER SURABAYA. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan (Vol. 4, No. 1)*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Kumar, S. R. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). New Delhi: Pearson Prentice Hall.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. H. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suparwi, & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product , Brand Image, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*.
- Upadana, M. W., & Pramudana, K. A. (2020). Brand awareness memediasi pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 1921-1941.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa.
- Xu, D., Ruan, C., Korpeoglu, E., Kumar, S., & Achan, K. (2020). Product Graph Embedding for E-Commerce. *Proceedings of the 13th international conference on web search and data mining*, 672-680.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan uji multikolinieritas dalam penelitian manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 94-102.
- Zollo, L., Rialti, R., Marrucci, A., & Ciappei, C. (2022). How do museums foster loyalty in tech-savvy visitors? The role of social media and digital experience. *Current Issues in Tourism*, 2991-3008.