

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adam, M., Kesuma, T. M., Siregar, M. R., & others. (2023). *Retensi Konsumen UMKM dengan Memanfaatkan Social Media Marketing*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Cialdini, R. B. (1984). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Harper Collins.
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Kotler, P., Keller, K.L. & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Edisi Kedua). Bandung: ALFABETA.
- Pujiyanto, R. (2023). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Rachmad, Y. E., Erwin, E., Hamid, R. S., Suarniki, N. N., Ardyan, E., Syamil, A., Setiawan, Z., & others. (2023). *Psikologi Pemasaran Society 5.0: Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rachmat, Z., Santoso, A., Sari, M. N., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Wicaksono, T., Rizky, P. N., Afandi, A., Yunaz, H., Sarjana, S., & others. (2023). *Administrasi Bisnis*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Raymond, R., Sampe, F., Nurmansyah, N., Yulianti, N. L. P. N., Girsang, N. M., Subarkah, C., Lubis, L. N., Hermanto, H., Erita, E., Ernawati, T., & others. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Sarjana, S., Widian, I. N. W., Sisilia, K., Sidjabat, S., Utami, A. R., Raharto, E., Fauzan, R., & others. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Satriadi, S., Tubel Agusven, S. T., Elvi Lastriani, S. E., Triyani Capeg Hadmandho, M. B. A., Ramli, R. A. L. P., Annisa Sanny, S. E., Prayoga, D., KM, S., & others. (2022). *Manajemen pemasaran*. Batam: CV Rey Media Grafika.
- Soetjipto, N. (2014). *Relationship Marketing Customer Retention dan Sebagai Jalan Keberhasilan*. Yogyakarta: K-Media.

- Sugiyanto, A., Sukmayuda, B. C., & Andiyana, E. (2024). *Perilaku Konsumen 5.0*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Keti). Bandung: ALFABETA.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Penerbit Widina.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Multi Pustaka Utama.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali.
- Wardhana, A. (2024). *Customer Relationship Management In The Digital Edge* (Edisi Indo). Kabupaten Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Yulianti, F. P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit DEEPUBLISH.
- Jurnal:**
- Kusuma, M. I. J., & Efendi, A. E. (2022). Kerangka Konseptual Hubungan Social Proof terhadap Minat Berbelanja Online. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(1), 26–32.
- Nikmah, N., & Zaidah, N. (2022). Pentingnya Social Proof Dalam Digital Marketing: (Studi Pada Marketplace Shopee). *Jurnal DIALOGIKA: Manajemen Dan Administrasi*, 4(1), 26–32.
- Nurjanah, P., & Juanim, J. (2020). Experiential Marketing Dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 13(2), 76–83.
- Panjaitan, A. C., & Sarkum, S. (2024). Pengaruh Social Proof bagi Generasi Milenial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform E-Commerce. *JAMAK: Jurnal Aplikatif Manajemen Akuntansi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 86–92.
- Rachmat, Z., Santoso, A., Sari, M. N., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Wicaksono, T., Rizky, P. N., Afandi, A., Yunaz, H., Sarjana, S., & others. (2023). *Administrasi Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.
- Sinambela, E. A., Retnowati, E., Ernawati, E., Lestari, U. P., & Munir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 17–25.
- Suriansha, R. (2023). Pengaruh Customer Experince Di Era Digitalisasi Terhadap Retensi Pelanggan Pada Industri Retail. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2270–2277.

Yuswanto, D., Herwinsyah, H., & Fatwanto, A. (2023). Analisis Pengaruh Harga Jual dan Social Proof dalam Menentukan Keputusan Pembelian Barang Pada Website E-Commerce. *Jurnal Eksplora Informatika*, 12(2), 129–140.

Tesis:

Najmi, M. (2022). *Pengaruh penggunaan social proof dan tagline terhadap keputusan pembelian pada sobat shopee indonesia*. IAIN Palangka Raya.

Skripsi:

Rahmasari, F. (2022). *Pengaruh Social Proof Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Millenial Di Kota Makassar*. Islam Negeri Alauddin Makassar.

