

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. www.bening-mediapublishing.com
- Aditya Wardhana. (2024). *Brand Management in the Digital Era (edisi indonesia)* (Ph. D. Mahir Pradana, Ed.; Indonesia).
- Andari Ratna Widyastuti, T., Iqbal Ramadhani Mukhlis, M., Henrietta Imelda Tondong, Mk., Mohammad Djamil Nur, M. M., Rahmawati Ning Utami, Mpf., Sri Yani Kusumastuti Shelvy Kurniawan, Ms., Loso Judijanto, M., Aryawira Pratama, Ms., Saktisyahputra, Mp., Ir Arwizet, Mik. K., Ture Simamora, M., Yoseb Boari, Ms., Lailatur Rohmah, Ms., Musran Munizu, M., Nita Purnamasari, M., Resnita Dewi, M., & Adolfina Krisifu, Mh. (2024). *METODOLOGI PENELITIAN (Panduan Lengkap Penulisan Karya Tulis Ilmiah)* (Efitra & Sepriano, Ed.). www.buku.sonpedia.com
- Anggoro, D., & Yanto Rukmana, A. (2023). *Social Media Marketing*. <https://www.researchgate.net/publication/371724133>
- Boari, Y. (2024). *Metodologi Penelitian*. <https://www.researchgate.net/publication/379189548>
- Damayanti, D., Yunita Fitri Wahyuningtyas, Beta Asteria, Muhammad Awal Satrio Nugroho, Syeh Assery, Muhammad Robi Nurwahyudi Rizki Nur Fajar, Nawang Maulida Kuswanto, Fatkhan Renaldy, Muhammad Khatibul Umam, Erminda Katon Elyta, & Firda Divani Risdianti. (2023). *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*. STIE Widya Wiwaha. library@stieww.ac.id
- Debi Eka Putri, Acai Sudirman, Asep Dadan Suganda, Riana Dewi Kartika, Erni Martini, Heni Susilowati, Bambang, Arlin Ferliana Mochamad, Rizka Zulfikar, Tati Handayani, Gusti Putu Eka Kusuma, Diana Triwardhani, Neneng Kartika Rini, Widya Nur Bhakti Pertiwi, & Astil Hrli Roslan. (2021). *Brand Marketing*.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2021). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Dr.M.Anang Firmansyah,.(2021). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Erwin, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., Makassar, C., & Judijanto, L. (2024). *Social Media Marketing Trends*. <https://www.researchgate.net/publication/383399632>
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., Hasda, S., Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, & Meilida Eka Sari. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Nanda Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Fakhrurozi, M., Syafri, M., Choerudin, A., Purnomo, D., Andi, M., Mendo, Y., Dunggio, T., Musa, M., Sparta, Siske Anani, Irma Maria Dulame, Andriani, Desi Putri Dama, Darman, Syamsul Rizal, Sigit Purwanto, Alfa Syahputra, Yamolala Zega, Sitti Husna Noviana Djou, & Irfan Akadji. (2024). *Pengantar*

- Manajemen* (Ari Yanto, Ed.). Aikomedia Press.
- Haeril, Lely Afiati, M., Dr, M., Awaluddin,, Muhammad Isra Iradat, M., Mustafa, M., Fitriani Latief, M., Mutiarini Mubyl, M. , M., Psikolog Fakhruddin Kurnia, M. M., & Billy Lazuardi, M. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan Penerbit*. www.lajagoe.com
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (Try Koryati, Ed.). Kbm Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Mintarti Indartini, & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif*. www.penerbitlakeisha.com
- Pratama, Y.. Fachrurazi, Indra Sani, Muhamad Al Faruq Abdullah, Henny Noviany, Sari Narulita, Dr. Osrita Hapsara, Iskandar Zulkarnain, Riche Fermayani, Rilyane Suzan Rasita Sembiring, Dr. Abdurohim, & Darul Islam. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)* (Marto Silalahi, Ed.). Cv.Eureka Media Aksara.
- Riana Isti Muslikhah, I Putu Yoga Bumi Pradana, Endi Rochaendi, Armansyah, Nadia Sasmita Wijayanti, Aditya Wardhana, Rizki Pratama Johanis Paransa, & Hanna Meilani Damanik. (2024). *Pengantar Manajemen* (Harini Fajar Ningrum, Ed.). Cv. Media Sains Indonesia.
- Rosmawati, Dini Vientiany, Nasib, Juarsa Badri, Eka Yudhyani, Alfian, Dedi Mahrizon, Ratih Amelia, Nidya Banuari, Sukmawati Abdullah, Eka Martyna Theodora, & Rafida Khairani. (2023). *Pemasaran Bisnis Era Digital* (Harini Fajar Ningrum, Ed.).
- Sunday Ade Sitorus, Nada Arina Romli, M. I. K., Chairul Pua Tingga, Ni Putu Sukanteri, SP, Seprianti Eka Putri,, Antonius Philipppus Kurniawan Ghet, (Cand) Aditya Wardhana,, Kristian Suhartadi Widi Nugraha, Eka Hendrayani, Putu Chris Susanto, C., Yunita Primasanti, & Mutia Ulfah,. (2022). *BRAND Marketing: The Art Of Branding* (Acai Sudirman, Ed.). Cv. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0-Edisi Indonesia Penerbit Cv. Eureka Media Aksara* (Mahir Pradana, Ed.). Cv. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2025). *Social Media Marketing Strategy* (Ph. D. Mahir Pradana, Ed.; Edisi Indonesia). Cv. Eureka Media Aksara.
- Wulandari, A., & Heru Mulyanto. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta* (Dr. Fitri Rezeki, Ed.). PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA. www.publisher.alungcipta.com

JURNAL

- Adriana S. Lahus, Ardy F. Lamatoka, Herybertus S. Meot, Simon Sia Niha, & Watu, E. G. C. (2023). Pengaruh *Brand Image* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 107–118. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i2.21>
- Andi Dwi Riyanto. (2024, February 21). *Data Digital Indonesia 2024*. We Are Social.
- Bayu Irfandi, & Chairiyaton Chairiyaton. (2025). Pengaruh *Brand Image* dan Word

- of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di MR. DIY Aceh Barat. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 61–73. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4713>
- Cabang, S., Nurhidayati, P., Saputra, L. A., Wangi, C., Tinggi, S., & Nasional, I. A. (2022). Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. In *Business Management* (Vol. 1, Issue 2). <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis>
- Fauzi, A. Z., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia (Survei Pada Followers Twitter Es Teh Indonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 32–39. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10470016>
- Gen, K. Z., Strategi Brand Awareness, A., Organisasi Pemasaran Glorya Martalina Panjaitan, dan, & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1).
- Khasturi, V., & Lubis, H. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 3(2), 373–388. <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.
- Lantun Wuri Andri, B., Noer Aziza Arifin, C., Putri Wikarta, F., Hizrahni Sabillah, H., & Industri Katering, M. (2025). Revitalisasi Jamu: Strategi Pelestarian Minuman Tradisional untuk Menarik Minat dan Kesadaran Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 734–739.
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran *Brand Image* Memediasi *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom>,
- Putri, S. Y., Meria, L., & Amroni. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2070>
- Rahman, W., Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Exploring Successful *Social Media Marketing* Strategies In Enhancing Brand Engagement With Consumers In The Digital Era Eksplorasi Strategi Pemasaran Media Sosial Yang Sukses Dalam Meningkatkan Interaksi Merek Dengan Konsumen Di Era Digital. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Regita Restiana, Admiral, & Suwita Jaka. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Converse Di Tigaraksa Kabupaten Tangerang. *Jubisma*, 5.
- Sumarga, H. E., Setiawan Rofiq, I., Mahendra Yulianto, F., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Tangerang, U. M. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo Store The Influence Of *Social Media Marketing* And *Brand Image* On Purchasing Decisions On

Erigo Store Products. *Digital Business Journal (DIGIBIS) E-ISSN*, 3(1).
<https://doi.org/10.31000/digibis.v3i1>

Wachjuni, Najmudin, & Sudarto. (2024). Pengaruh sosial media marketing dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian melalui brand trust pada pengguna marketplace bukalapak. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 3. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/index>

SUMBER LAINYA

Andi Dwi Riyanto. (2024, February 21). *Data Digital Indonesia 2024*. We Are Social.

Minum Rempah Indonesia. (2025). *Instagram Minum Rempah Indonesia*.
<https://www.instagram.com/minumrempahindonesia?igsh=Z2MzcGRkcWxhNHBo>

Racik Rempah. (2025). *Instagram Racik Rempah*.
<https://www.instagram.com/racikrempahofficial?igsh=MTNja2s5M2tya3V0cQ==>

