

## DAFTAR PUSTAKA

- Khoiro, F., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian Dengan viral marketing sebagai variabel intervening (studi pada konsumen warung siji house and resto malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(13).
- <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Diyatma, A., & Rahayu, I. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro &bar. *eProceedings of Management*, 4(1).
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.
- Abd Rasyid, R., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh strategi promosi melalui social media, kualitas layanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki pada pt. sinar galesong mandiri malalayang manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Cahyani, M., & Qadarwati, L. N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Omzet Penjualan Handphone Di Outlet Central IT Gresik.
- Fatmawati, M. N. R., & Yuliana, I. (2019). Pengaruh transaksi non tunai terhadap jumlah uang beredar di Indonesia tahun 2015-2018 dengan inflasi sebagai variabel moderasi. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, 11(2), 269-283.
- Nursari, A. (2019). Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Yang Diminta Masyarakat (M1) Dan Perekonomian. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(3), 285-306.
- Mastuti, K. D. (2020). *Pengaruh brand trust, word of mouth dan iklan di televisi terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah: Studi pada konsumen kosmetik Wardah di Bravo Supermarket Jombang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Irmalisa, I., Suharno, S., & Kuleh, J. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian mobil toyota kijang innova di samarinda. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 30-42.
- Sejati, B. S. A., & Yahya, Y. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).