

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, M. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(1), 315–326.
- Cerita di Balik Kesuksesan Bittersweet by Najla*. (2021). CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210618155050-262-656303/cerita-di-balik-kesuksesan-bittersweet-by-najla/2>
- Cosmopolitan.co.id*. (2020). <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2020/21747/7-rekomendasi-dessert-box-kekinian-yang-patut-dicoba>
- Dahono, Y. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Fairuz, A. A., Arifin, R., & Slamet Afi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *E- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Firmansyah. (2019). *Dinamika Psikologis Korban Fake Account Social Media*.
- Hamid, H. N. (2020). *Pengaruh Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen*.
- Harahap. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 12–20.
- Hasan, M., & Sohail, M. S. (2020). The Influence of Social Media Marketing on Consumers' Purchase Decision: Investigating the Effects of Local and Nonlocal Brands. *Journal of International Consumer Marketing*, July, 1–18.
- Inet.detik.com*. (2021). <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Instagram Bittersweet by Najla*. (n.d.). Retrieved November 15, 2021, from [https://www.instagram.com/bittersweet\\_by\\_najla/](https://www.instagram.com/bittersweet_by_najla/)
- Irawan, F., Gultom, I., & Amsani, H. (2019). Media Sosial Dalam Jaringan Prostitusi Mahasiswa Di Kota Medan. *Jurnal Antropologi Sumatera*.
- Jual 2.000 Box Per Hari, Begini Kisah Sukses Bittersweet by Najla*. (2020). <https://m.wartaekonomi.co.id/berita292797/jual-2000-box-per-hari-begini-kisah-sukses-bittersweet-by-najla>
- Juniadi. (n.d.). *R-Table*. Retrieved February 23, 2022, from <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/>

- Kurniasari, & Budiarmo. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25.
- Lubiana Mileva, & Achmad Fauzi DH. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Muslihah. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Isbn*, 4(1), 121–138.
- Nurdiyantoro, S. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing*.
- Okadiani, N. L. B., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2019). *Green Product, Social Media Marketing and Its Influence on Purchasing Decisions*. 4(1), 1–12.
- Profil Bittersweet by Najla*. (2021). <https://www.bittersweetbynajla.com/>
- Purbohastuti. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12, 212–231.
- Purbohastuti. (2019). Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 237.
- Ratana. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 13.
- Rita. (2017, April 8). *Social Media Marketing*. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/03/08/social-media-marketing/>
- Savitri, A. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee*.
- Subchan. (2020). *Pengaruh word of mouth, brand awareness dan harga terhadap keputusan pembelian garnier micellar cleansing water*.
- Wahyunanda Kusuma Pertiwi. (n.d.). *Penetrasi Internet di Indonesia Capai 64 Persen*. Retrieved March 9, 2021, from <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen>