

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, H Abu-Rumman dan Anas Y. Alhadid. 2014. "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan". *Rev. Integr. Bus. Econ. Res. Vol 3 (1) 315 Copyright 2014 Society of Interdisciplinary Business Research (www.sibresearch.org) ISSN: 2304- 1013 (Online); 2304-1269 (CDROM).*
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Chandra Utama, D., Arista, R., & Raharjo, A. (2019). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor H0nda di Bekasi. *Dani Chandra Utama, 1(7)*, 767–779.
- Darmawan, Andriyanto & Jony Oktavian, Haryanto. 2010. "Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy". *Jurnal Manajemen Teknologi*. Universitas Kristen Satya Wacana. Vol 9 no 1.
- Djoko Sulistiyo, T., Fitriana, R., & Lee, C. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang (The Influence of Instagram Social Media Marketing on The Brand Image of The Bunker Café, Tangerang) (Vol. 21, Issue 2).
- Ernawati D (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Nomor 1).
- Fikri Hidayatullah, M., & Wadud, M. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 1, Issue 2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gunelius, Susan. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw Hill Hermawan.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (Ukm) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention, 4(08)*. <https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/02>
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo
- <https://haus.co.id>
- <https://wearesocial.com>
- Jurnal, J. A. B., Bisnis, A., Calistya-, N., & Nurtjahjani-, F. (n.d.). Pengaruh Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Chatime Cabang Suhat Kota.

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, & Amstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Bandung: Penerbit Airlangga. (ke-12).
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung) (Vol. 4, Issue 2).
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemperor*. Bandung: CV. Alfabeta
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (n.d.). Analisis Pengaruh social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020
- Sebayang, R., 16 Februari 2022. Start Haus! Siap Perluas Bisnis Lewat Inovasi dan Kolaborasi *IDN Times*
- Rogers, M.Everett. 2012. *Diffusion of Innovation 5th Edition*. Free Press, New York.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2012. *Pemasaran Strategic*.Yogyakarta: CV Andi
- Wiliana dkk. (2020). Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin* (Vol 2).