

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, N. K. 2017. Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*. 3(1): 75-95.
- Apriantini, A., Afriadi, D., Febriyani, N., dan Arief, I. I. 2021. Fisikokimia, mikrobiologi dan organoleptik sosis daging sapi dengan penambahan tepung biji durian (*Durio zibethinus* Murr). *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*. 9(2): 79-88.
- Bengtsson, S., and Johansson, S. 2022. The meanings of social media use in everyday life: Filling empty slots, everyday transformations, and mood management. *Social Media & Society*. 8(4): 20563051221130292.
- Booth, N., and Matic. 2011. Mapping and Leveraging Influencers in Social Media to Shape Corporate Brand Perceptions. *Corporate Communications : An International Journal*. 184-191.
- Bowd, K. 2016. Social Media and News Media: Building New Publics or Fragmenting Audiences? In M. Griffiths & K. Barbour (Eds.), *Making Publics, Making Places* (pp. 129–144). Australia: University of Adelaide Press
- Buckle, K. A., Edwards, R. A., Fleet, G. H., Wooton, M. 1985. Ilmu Pangan. Purnomo H dan Adiono, Penerjemah; Jakarta: UI Press. Terjemahan dari: Food Science.
- Cahyaningrum, F., Suhendro, S., dan Wijayanti, A. 2022. Pengaruh faktor keuangan dan nonkeuangan terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel mediasi. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*. 18(2): 319-325.
- Chiang, I. P., Wong, R., and Huang, C. H. 2019. Exploring the benefits of social media marketing for brands and communities. *International Journal of Electronic Commerce Studies*. 10(2): 113-140.
- Conick H. 2018. How to win friends and influence millions: The rules of Influence Marketing, *Marketing News*. 7(30): 38-45.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., dan Hudders, L. 2017. Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International journal of advertising*. 36(5): 798-828.
- Enright, J., and Kao, R. R. 2016. A descriptive analysis of the growth of unrecorded interactions amongst cattle-raising premises in Scotland and their implications for disease spread. *BMC Veterinary Research*. 12(1): 1-6.
- Frederick, B., dan Maharani, A. K. 2021. Eksistensi media sosial pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*. 6(2): 75-83.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ginting, M. C., dan I. M. Silitonga. 2019. Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*. 5(2): 195-204.
- Handoyo, Sapto. 2019. Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux (Studi Pada Konsumen Di Sekitar Wilayah UPN Veteran Yogyakarta)', *Jurnal Telaah bisnis*, Vol. 5, No. 2 Desember 2019. Yogyakarta.
- Haq, A. N., Septinova, D., dan Santosa, P. E. 2015. Kualitas fisik daging dari pasar tradisional di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*. 3(3).
- Herlina, H., Darmawan, I., dan Rusdianto, A. S. 2015. Penggunaan tepung glukomanan umbi gembili (*Dioscorea esculenta* L.) sebagai bahan tambahan makanan pada pengolahan sosis daging ayam. *Jurnal Agroteknologi*. 9(02): 134-144.
- Heryana, A. 2023. Bekerja dengan Data Tidak Normal. *Jakarta: Universitas Esa Unggul*.
- Hootsuite and We Are Social. 2023. Digital in 2023 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In Indonesia.
- Indri, F. Z., dan Putra, G. H. 2022. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*. 2(2): 236-252.
- Jamil, K., Dunnan, L., Gul, R. F., Shehzad, M. U., Gillani, S. H. M., dan Awan, F. H. 2022. Role of social media marketing activities in influencing customer intentions: a perspective of a new emerging era. *Frontiers in Psychology*. 12. 808525.
- Jawahar, J. V., dan Tamizhjyothi, K. 2013. Consumer attitude towards cosmetic products. *International journal of exclusive management research*. 3(6): 608-625.
- Kartini, K., Syahrina, J., Siregar, N., dan Harahap, N. 2022. Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*. 2(2): 20-26.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, N. P., Septinova, D., dan Adhianto, K. 2014. Kualitas fisik daging sapi dari tempat pemotongan hewan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*. 2(3).
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., dan Maulana, I. C. 2022. Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 8(9): 347-353.

- Lind, D. A., Marchal, W. G., and Wathen, S. A. 2018. *Statistical techniques in business & economics*. McGraw-hill.
- Lubis, E. E. 2014. Potret media sosial dan perempuan. *Jurnal Paralela*. 1(2): 97-106.
- Maradutua, R., Manalu, T., & Dharma, T. 2024. Ketergantungan Mahasiswa Dalam Penggunaan Instagram Guna Mencari Informasi. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*. 2(2): 194-208.
- Mona, M., Kekenusa, J., dan Prang, J. 2015. Penggunaan regresi linear berganda untuk menganalisis pendapatan petani kelapa. studi kasus: petani kelapa di desa Beo, kecamatan Beo kabupaten Talaud. *d'CARTESIAN: Jurnal Matematika dan Aplikasi*. 4(2): 196-203.
- Mutia, R. 2022. *Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Terhadap Pembelian Impulsif Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Dindinshop Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Nori Dwi Apriandi, N. (2023). *PENGARUH PENERAPAN AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE DAN ACTION) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI KOTA BENGKULU* (Doctoral dissertation, Universitas Dehasen Bengkulu).
- Prasetyo, R. A., dan Helma, H. 2022. Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Melihat Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kemiskinan di Provinsi Sumatera Barat. *Journal of Mathematics UNP*. 7(2): 62-68.
- Pratiwi, B. M. K., Wijayanto, A., dan Nugraha, H. S. 2023. Pengaruh Viral Marketing Melalui Media Sosial (Instagram dan Tiktok) dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bittersweet by Najla (Studi kasus pada pengguna media sosial Instagram dan Tiktok di Kota Jakarta Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 12(3): 837-845.
- Priyatno, D. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, C. S. 2016. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. 1(5): 594-603.
- Rofiq, A. 2013. *Pengaruh penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Keputusan Pembelian (survei pada pembeli kartu perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Selang, C. A. 2013. Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1(3).

- Setiadi, A. 2016. Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*. 16(2).
- Setiawati, S. 2021. Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(8): 1581-1590.
- Smith, Aaron, Why Americans Use Social Media, 15 Nov 2011, Pew Research Centre, Internet Science & Tech.
- Sudjana, D. R. 2005. Metode statistika. Penerbit : Tarsito. Bandung
- Sugiyono. 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmayadi. 2019. Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 10(2): 103-110.
- Susanti, S., Isnawati, I., dan Muhaimin, F. I. 2022. Pengurangan Konsumsi Daging Merah Berlebih untuk Menghambat Penuaan. *Muhammadiyah Journal of Geriatric*. 3(1): 17-22.
- Straub, D., M. Boudreau and D. Gefen. 2004. Validation guidelines for IS positivist research. *Communications of the Association for Information Systems*. 13.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., dan Mosi, I. M. 2021. Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*. 4(1): 315-330.
- Taherdoost, H. 2018. Validity and reliability of the research instrument; How to test the validation of a questionnaire/survey in a research. *International Journal of Academic Research in Management*. 5(3): 28–36.
- Ulfa, R. 2021. Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*. 1(1): 342-351.