

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Kelima. Yogyakarta.
- Djarajah. (2023) *Fenomena Sosial Media Tiktok dan Perubahan Perilaku*. Hikam Pustaka
- Fakhrudin, D. d. (2012) *In Pasar Modal di Indonesia (pendekatan tanya jawab)* (edisi ketiga). Jakarta.
- Ghozali, M. P. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minutes Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Cmpanies
- Husnan, P (2005). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi 3. Yogyakarta.
- Kotler, P (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, K. L. (2017). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*: Pearson Prectice Hall, Inc.
- Muljono, R. K. (2018) *Digital Marketing Concept*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Nasrullah, M. (2020). *Media Sosial Perspektif, Budaya dan Sosioteknologi*. Cetakan Ketiga. Bandung.
- Schiffman, L. L. (2007). *Customer Behavior*. Ninth Edition. United States : Pearson Prentice Hall
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung. PT. Alfabeta
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta

SUMBER JURNAL

- Cahyono. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* diterbitkan oleh Universitas Tulungagung.
- Jung, M. J. (2018). *Do firms strategically disseminate? evidence from corporate social media*.

- Khatib. (2016). *The impact of social media characteristics on purchase decision empirical study of* .
- Kuspriyono, E. N. (2018). pengaruh *social media marketing* terhadap customer bonding dan pembelian terhadap niat
- Mileva, L. (2018) Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
- Ningrum, W. (2023) Peran Media Sosial Dalam Kampanye *Public Relations (The Role of the Media Social in Public Relations Campaigns)*
- Oktaviasih, L. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada keputusan Konsumen.
- Rohana, E. (2022). Pengaruh *Earning Per Share, Debt To Equity Ratio, dan Current Ratio* Terhadap Harga Saham dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi. (studi kasus pada perusahaan LQ45 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020).
- Sam'ani, K. M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2014-2018 .
- Zidane, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

SUMBER INTERNET

- Galeri Investasi BEI Komunitas Pasar Modal*. (n.d.). Retrieved from <https://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal/>. diakses pada 15 maret 2024, pukul 20.00
- Reli Trade*. (2023). Retrieved from <https://www.relitrade.com/>. diakses pada 15 maret 2024, pukul 20.30
- Sekuritas, R. (2017). Retrieved from <https://reliancesekuritas.com>. diakses pada 15 maret 2024, pukul 20.30