

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., and Ainin, S. 2018. *Instagram usage and its impact on purchase decisions: An empirical study*. Journal of Marketing Communications, 24(2), 126-141.
- Adler, R. B. and Rodman, G. 2009. *Understanding human communication*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Ahn, H. 2015. *The Impact of Social Media Activity on Brand Loyalty: Evidence from Korean Consumer Social Networking Sites*. International Journal of Advertising, 34(3), 371–392.
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K. And Williams, M. D. 2016. *Consumer Adoption of Mobile banking In Jordan: Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy*. Journal of Enterprise Information Management, 29(1), 118-139.
- Alamsyah, D. P. and Ria, Y. A. 2015. *Buying Behavior Of Organic Vegetables Product: The Effects Of Perceptions Of Quality And Risk*. International Journal Of Scientific & Technology Research, 4(12), 28–35.
- Alma, B. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alma, B. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alsubagh, H. 2015. *The Impact of Social Networks on Consumer Behaviors*. International Journal of Business and Social Science, 6(1), 209- 216.
- Amaral, M. and Pieszko, M. 2018. *The impact of content marketing on purchase decisions of customers*. International Journal of Market Research, 60(6), 679-698.
- Andreas, C. dan Yuniati, T. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5(5), 1–16.
- APJII. 2022. *Profil Internet Indonesia 2022*. Polling Indonesia.
- Arief, G. M. 2015. *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*. Jurnal Manajemen, 2(3), 2581-2587.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Konsumsi Buah dan Sayur Susenas Maret 2016 Dalam rangka hari Gizi Nasional 25 Januari 2016*.

- Badan Pusat Statistik. 2019. *Indikator Sosial Ekonomi*. [Online]. Tersedia: <https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/20/8/indikator-sosial-ekonomi-indonesia-1994-2018.html> [21 Januari 2023]
- Bahtar, A. and Mazzini, M. 2016. *The Impact of User Generated Content (UGC) on Products Reviews towards Online Purchasing-A Conceptual Framework*. *Procedia Economics and Finance*, 37(1), 337-342.
- Baker, M. 2013. *Social Media Marketing: Strategic Approach*. South Western: Cengage Learning.
- Barbara, J. P., Marjorie, D. and Edward, F. M. 2011. *Personification in Advertising*. *Journal of Advertising*, 40(1), 121-130.
- Chang, C. 2016. *The Influence of Social Power in Online Purchase Decisions*. *British Journal of Applied Science and Technology*, 12(5), 1-16.
- Chan-Olmsted., Sylvia, M., Moonhee, C. and Sangwon, L. 2013. *User Perception of Social Media: A Comparative study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(4), 149–178.
- Cohen, L., Keith, M. and Lawrence, M. 2007. *Metode Penelitian dalam Pendidikan*. New York: Routledge.
- Duwi, P. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dwiastuti, R. 2017. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Malang: UB Press.
- Fitriani, R., Rabihatun, A. dan Mohamad, A. A. 2019. *Pengembangan Kecerdasan Naturalis Anak Melalui Metode Proyek Berbasis Sains di TK Titipan Ilahi Renco Kelayu Jorong*. *Jurnal Children Advisory Research and Education JCARE*, 7(1), 2-6.
- Furse, D. H. 2010. *Management Accounting: Principles & Practice*. New Delhi: Pearson Education India.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM 23 SPSS*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Ghyanti, K. F. 2016. *Efektivitas Promosi Produk Organik “Bee Organic. Food” Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 11(1), 175-184.
- Gray, M. L. 2015. *Communication Theory for Everyday Life*. Boston: Cengage Learning.
- Gunelius, S. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Harahap, D. A. dan Dita, A. 2018. *Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2), 193–213.

- Hardey, M. 2011. *Generations C Content Creations, Connections, and Choice*. International Journal of Market Research, 53(6), 749- 770.
- Harjanto, Rudi. 2009. *Prinsip-prinsip Periklanan*. Jakarta: Gramedia.
- Herman, A. S. 2018. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Organik Melalui Media Sosial Instagram di Sayurbox Malang Jakarta*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Mediadaya, 16(2), 145-155.
- Hermawan, K. 2002. *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hussain, M. 2017. *Social Media Marketing: A Guide to Building and Engaging Communities*. Business Horizons, 60(2), 243-252.
- Irianto, A. B. P. 2015. *Pemanfaatan social media untuk meningkatkan market share UKM*. Jurnal Teknomatika, 8(1), 1–12.
- Juju, D. dan Maya, M. 2010. *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress+WP E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offet.
- Kemp, S. 2021. *Digital 2021: Indonesia*. Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Koo, C. and Lee, Y. 2015. *The impact of social media on consumer behavior*. Journal of Global Marketing, 28(3), 162-181.
- Kotler, P. dan Gary, A. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi 12, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Kevin, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Kevin, L. K. 2004. *Manajemen pemasaran 2, edisi millennium*. Jakarta: PT. Ikrar mandiri.
- Kotler, P. 2017. *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, N. 2019. *Social media marketing: A Review*. Journal of Management & Strategy, 10(3), 97-106.
- Kurniawan, H. 2015. *Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai media promosi batik solo "inasinul."*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 2(1), 1-7.
- Kurniullah, A. Z. 2017. *Strategy viral marketing pt. musim multimedia untuk meningkatkan traffic social media fansfage dan brand engagement*. Jurnal Visi Komunikasi, 14(2), 169–178.
- Lee, E. J. and Jeffrey, W. O. 2004. *Creating value for online shoppers: Implications for satisfaction and loyalty*. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 17(4), 54–64.

- Lee, P. E. 2020. *Statistik Regresi: Teori, Metode, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Cengage Learning.
- Liu, Y. dan Yu, H. 2019. *Analisis perilaku pembelian berulang dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 23-46.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mileva, L. dan Ahmad, F. D. 2018. *Pengaruh Social media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199.
- Muslihah, F. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014-2016)*. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 1-17.
- Narottama, N. dan Natasha, E. P. M. 2022. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar*. *Jurnal Master Pariwisata*, 8(2),741-773.
- Neslin. 2008. *Connecting with Consumers: The Impact of Connections on Consumer Decision Making*. *Journal of Marketing*, 72(1), 1–23.
- Nguyen, K. T. T. 2018. *Exploring the Impact of Content Sharing on Online Purchasing Decisions: An Empirical Analysis of the Chinese Market*. *Journal of Business Research*, 87(95). 382-391.
- Nilson, R. 2018. *Consumer behavior: How people make buying decisions*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ningsih, S. dan Dukalang, H. H. 2019. *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Palmatier, C. J., Gilly, M. and Schleicher, S. J. 2008. *Investigating the Impact of Interpersonal Relationships on Customer Loyalty in Service Contexts*. *Journal of Marketing*, 72(1), 59–76.
- Pang, J. and Tan, S. 2020. *The Influence of Community Building on Purchasing Decisions: Evidence from an Online Survey*. *Journal of Business Research*, 116(2), 469-479.
- Priangani, A. 2013. *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Prihadi, D. dan Susilawati, A. D. 2018. *Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15–20.

- Primadini, Y. dan Budiani, M. S. 2014. *Hubungan antara Gaya Hidup dan Kelas Sosial dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Trimurti Surabaya*. Jurnal Psikologi UNESA, 3(2), 1-4.
- Putri, A. E. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Pertanian Sayurbox (Studi Kasus Pada PT. Kreasi Nostra Mandiri di Jakarta)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 10(2), 148-164.
- Putri, E. 2013. *Aplikasi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online shop*. Jurnal Komunikasi, 1(2), 1-5.
- Putri, V. S., Adrian, F. A. dan Suri, M. 2021. *Hubungan Belajar Online di Masa Pandemi Covid 19 dengan Tingkat Stress Mahasiswa SI Keperawatan STIKes Baiturrahim Jambi*. Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi, 10(1), 66-73.
- Rahman, M. and Yucel, R. 2016. *Investigating the influence of social media marketing on consumer behavior: An empirical study on university students*. International Journal of Business and Social Science, 7(8), 1-10.
- Rakasyifa, I. dan Mukti, G. W. 2020. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Dan Buah Di Ritel Online (Suatu Kasus pada Konsumen Ritel Online di Jakarta)*. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 6(1), 275-289.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Restyana, E. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Berbelanja Fashion Di Toko Sakola Yogyakarta*. Jurnal Administrasi Bisnis, 20(2), 135-147.
- Safitri, F. and Lestari, Y. 2019. *The effect of Instagram social media on purchase decisions with brand image as intervening variable*. Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura, 22(2), 195-204.
- Safko, L. and David, K. B. 2015. *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. Milton: John Wiley & Sons.
- Sari, C. A. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi di Universitas Airlangga*. Jurnal AntroUnairdotNet, 4(2), 205-215.
- Sastradipoera, K. 2003. *Manajemen Marketing; Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Bandung: Kappa Sigma.
- Schmitt, C. and Baumgartner, H. 2018. *Connecting or Not Connecting: Does It Really Matter in Consumer Decision Making?*. Journal of Consumer Research, 44(6), 1236-1253.
- Setiadi dan Nugroho, J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Sheldon, P. and Katherine, B. 2015. *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*. *Computers in Human Behavior*, 258 (49), 89–97.
- Singarimbun, M. dan Sofian, E. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siswanto, T. 2013. *Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah*. *Liquidity*, 2(1), 80–86.
- Slamet, R. dan Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., Herin, P., Agustinus, H., Mochammad, M.A., Muhammad, G., Sri, H. dan Tara, F. 2013. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutrisno. 2020. *Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram, Persepsi Biaya Pendidikan dan Brand Recognition Terhadap Keputusan Pembelian pada Stie Wiyatamandala*. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 72-91.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- T.A. van Tilburg. 2020. *The Journal of Family Issues*, 41(3), 441-468.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vila, S. 2016. *The Role of Content Sharing in Influencing Online Purchasing Decisions: Evidence from the UK*. *International Journal of Research in Marketing*, 33(4), 719-737.
- Wijoyo, H., Irjus, I., Agus, L. H., Ruby, S. dan Yoyok, C. 2020. *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Wiratama, W. J. dan Ketut, B. 2015. *Pengaruh Independensi, Pengalaman Kerja, Due Professional Care Dan Akuntabilitas Terhadap Kualitas Audit*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 10 (12), 91–106.
- World Health Organization. 2016. *Micronutrient Deficiencies*. [Online]. Tersedia: <http://www.who.int/nutrition/topics/vad/en>. [20 Juni 2022]
- Yoon, J. 2015. *The Effects of Connecting on Consumer Purchase Decisions*. *International Journal of Advertising*, 34(5), 633-655.

- Young, J. and McQuillan, P. 2019. *The Impact of Community Building on Consumer Buying Behaviour*. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 37-45.
- Zeng, B. and Gerritsen, R. 2014. *What Do We Know About Social Media In Tourism? A Review*. *Tourism Management Perspectives*, 10 (11), 27-36.
- Zhang, S. and Hui, Y. 2018. *The Role of Community Building in Enhancing Customer Loyalty: An Empirical Study*. *International Journal of Electronic Commerce*, 23(2), 233-259.