

DAFTAR PUSTAKA

- Adviola, T. F. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc Di Surabaya. *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc Di Surabaya*, 1–13.
- Alfizar, A. A., & Nurhasanah, S. (2024). Peran Social Media Marketing, Brand Awareness, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Pada Platform Marketplace GoFood. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(03).
<https://doi.org/10.34308/eqien.v13i03.1844>
- Creswell, J. W. (2009). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (3rd ed.). California: Sage Publications.
- Dini, A. M., & Abdurrahman, A. (2019). *The Influence Of Social Media Marketing On Purchasing Decisions Is Influenced By Brand awareness In Avoskin Beauty Products*. 1009–1014.
- Frisilla, A., & Embun, P. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image Dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening*. 2(1), 1571–1580.
- Ghozali, I. (2012). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). Content marketing for dummies. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Link deskripsi buku (Google Books): [Marketing Management – Kotler & Keller \(2016\)](#)

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social media marketing*. SAGE Publications.

Link deskripsi buku (Google Books): [Social Media Marketing – Tuten & Solomon \(2020\)](#)

Maryani, T., Naruliza, E., & Mario, A. (2024). *The Influence Of Social Media Usage And Brand awareness On Purchasing Decisions For Skincare Brand Skintific For Students In Palembang City Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Merek Skintific Pada Mahasiswa Di Kota Palembang*. 3(2), 55

Novianingtyas, D. (2020). Uji normalitas data dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 3(2), 67–75.

Sekaran, U. (2015). *Research methods for business*. New York: John Wiley & Sons.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Wibowo, A., & Santoso, B. (2020). Analisis uji simultan dalam regresi. *Jurnal Statistika*, 5(1), 14–23.

