

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA
PENDIDIKAN ISLAM**

(Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis (S.Bns.)**



Oleh :

Wina Ahyani

1901783

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2023**

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wina Ahyani

NIM : 1901783

Program Studi : Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pendidikan Islam (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh *Social Media Marketing Instagram* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pendidikan Islam (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa) ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 20 Juni 2023

Yang Menyatakan



Wina Ahyani
1901783

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM
(Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa)

Disetujui dan Disahkan Oleh :

Pembimbing 1



Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd., CIPE.

NIPT 9201712199108220201

Pembimbing II



Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs.

NIPT 920171219841004101

Diketahui

Ketua Program Studi Kewirausahaan



Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd., CIPE.

NIPT 9201712199108220201

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menjelaskan pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan Islam di Pondok Pesantren Attaqwa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan deskriptif dan verifikatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa pedoman wawancara dan pedoman observasi melalui penyebaran angket kuesioner pada 90 responden yang dipilih dengan teknik *probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yang menghasilkan sampel sebanyak 38 santri. Penelitian menunjukkan hasil bahwa variabel *social media marketing* dalam Instagram termasuk dalam kategori cukup dan terdapat pengaruh positif. *Social media marketing* Instagram pondok pesantren Attaqwa memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran dan keterlibatan santri terhadap layanan pendidikan. Meskipun demikian, faktor-faktor lain juga memiliki peran penting dalam membentuk keputusan penggunaan jasa. Oleh karena itu, manajemen pondok pesantren perlu untuk terus mengintegrasikan strategi media sosial dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pendidikan Islam. Penelitian ini memberikan wawasan bagi institusi pendidikan Islam dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan berdampak.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Keputusan Penggunaan, Instagram.

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

This research aims to explain the influence of Instagram social media on the decision to use Islamic education services at Pondok Pesantren Attaqwa. This study employs a quantitative research method with a descriptive and verification approach. The instruments used in this research consist of interview guidelines and observation guidelines through the distribution of questionnaires to 90 respondents selected using probability sampling techniques, specifically purposive sampling, resulting in a sample of 38 students. The research indicates that the variable of social media marketing on Instagram falls into the category of "sufficient" and has a positive influence. Instagram social media marketing at Pondok Pesantren Attaqwa has a positive impact on increasing students' awareness and engagement with educational services. However, other factors also play a significant role in shaping the decision to use these services. Therefore, the management of the Islamic boarding school needs to continuously integrate social media strategies with other factors that influence the decision to use Islamic education services. This research provides insights for Islamic educational institutions in utilizing social media as an effective and impactful marketing tool.

Keywords: *Social Media Marketing, Service Decision, Instagram.*

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, segala puji hanya bagi Allah yang Maha Pemurah, atas keridaan-Nya peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Agung Muhammad SAW. Dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kelancaran yang diberikan oleh-Nya.

Peneliti menyampaikan apresiasi dan penghargaan kepada pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas dukungan yang diberikan melalui program beasiswa Bidikmisi sepanjang studi hingga penyelesaian skripsi ini. Peneliti berharap bantuan yang diberikan kepada peneliti ini dapat berkontribusi signifikan pada peningkatan sektor pendidikan di masa yang akan datang. Peneliti dengan hormat, ingin mengucapkan terima kasih dan menghaturkan penghargaan kepada sosok-sosok yang telah berkontribusi penting dalam penelitian ini:

1. Prof. Dr. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Nandang Rusmana, M.Pd., selaku Direktur UPI Kampus Tasikmalaya.
3. Ketua Program Studi Kewirausahaan, Ibu Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE., sebagai dosen pembimbing skripsi 1 dan pembimbing program MSIB serta PPL peneliti, telah secara kontinu memberikan arahan dan dasar yang kuat sejak peneliti memulai perjalanan sebagai mahasiswa baru di Program Studi Kewirausahaan. Kontribusi dan wawasan yang berikan memberikan pengaruh positif dalam pengembangan studi juga penelitian peneliti.
4. Ibu Tika Annisa Lestari Koewandi, S.S., M.M. dan Drs. Nandang, S.A.P., M.A.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan motivasi dan kemudahan dalam perjalanan studi peneliti dengan penuh keramahan dan kebaikan hati.

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5. Bapak Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pandangan yang tak biasa dan pengarahan yang selalu membuat peneliti terus termotivasi dalam menikmati setiap proses penelitian.
6. Seluruh Dosen dan staff program studi kewirausahaan yang telah memberikan kontribusi tak terhingga dalam perjalanan studi dan penelitian peneliti. Semoga dedikasi, pengalaman, dan inspirasi berharga yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT dengan kebaikan dan segala limpahan Rahmat-Nya.
7. Ibu Kemala Dina Fitria, S.Si., selaku akademik kewirausahaan yang sudah membantu dan memudahkan peneliti dalam proses administrasi selama perkuliahan.
8. Pondok Pesantren Attaqwa dan jajarannya yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk pelaksanaan penelitian dan bersedia menjadi informan.
9. Keluarga tercinta, Ibu Empat Patonah dan Ayah Endih Solehudin, serta kedua adik, Rival Thoriqul Haq dan Andri Zainul Romdhoni, beserta bibi dan sepupu tercinta, Popon Paridah, S.Tr.P. dan Nadia Maelani Ulpah, merupakan sosok-sosok yang selalu memberikan doa dan dukungan moral dan moril yang tidak tergantikan selama perjalanan perkuliahan peneliti. Peneliti sangat bersyukur memiliki keluarga yang selalu hadir untuk memberikan kasih sayang dan perlindungan dalam segala keadaan.
10. Syahrul De Putra selaku *soulmate* yang selalu hadir dalam proses bertumbuh, jatuh, bangun, menjadi telinga yang mendengar, tangan yang memeluk dalam setiap *ups and downs* hidup peneliti.
11. Kepada teman-teman, guru, dan kakak yang menjadi pilar penting dan melengkapi (Nursyamsiah, Tia Nurhasanah, Cyrilla Naviola, Sintya Setya Ningrum, Eza Fauzah, Salma Fitriati, Tiara Tanzuziler, M. Iqbal Maulana), yang telah memberikan bantuan yang berarti baik dalam proses penelitian maupun dalam kehidupan sehari-hari peneliti.
12. *Volunteer* NSP 6 (Mas Arinal Haq, S.Si., Dr. Quadratullah, M.Sos., dan Luthfi Hakim Choiri, S.Bns.) yang telah membantu peneliti dalam proses revisi

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

proposai penelitian di lokasi pengabdian di Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur.

13. Teman-teman seperjuangan di program studi kewirausahaan 2019 yang telah menjadi saksi perjalanan studi peneliti, semoga dukungan, kolaborasi, dan ikatan pertemanan terus berlanjut dan membawa kesuksesan dalam masa depan.
14. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun memberikan kontribusi penting dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Semua bantuan dan dukungan yang diberikan tidak akan terlupakan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dengan pahala yang melimpah dan berkah yang sebanding atas dukungan, doa, dan bantuan yang diberikan kepada peneliti.

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.2 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Keputusan Penggunaan.....	6
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode dan Desain Penelitian	29
3.2.1 Metode Penelitian	29

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.2	Desain Penelitian.....	30
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.4	Sumber Data dan Alat Pengukuran Data.....	34
3.4.1	Sumber Data	34
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	35
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5.1	Populasi.....	36
3.5.2	Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5.3	Sampel	37
3.6	Uji Instrumen Penelitian Data	37
3.6.1	Uji Validitas	37
3.6.2	Uji Reabilitas	38
3.7	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
3.7.1	Rancangan Analisis Data	38
3.7.2	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Instrumen Penelitian	45
4.1.1	Uji Validitas	45
4.1.2	Uji Reabilitas.....	46
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	Gambaran Umum Responden	46
4.2.2	Gambaran Umum.....	47
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	53
4.2.4	Uji Hipotesis.....	58
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Implikasi.....	65
5.3 Rekomendasi	66
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	78

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keputusan Penggunaan Pondok Pesantren Attaqwa.....	1
Gambar 2.1 Fitur Instagram	15
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	53
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	54

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Keputusan Penggunaan	7
Tabel 2.2 Definisi <i>Social Media Marketing</i>	12
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3.2 Skala Penelitian.....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	47
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Dimensi Variabel Social Media Marketing	48
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Social Media Marketing.....	49
Tabel 4.5 Deskripsi Statistik Dimensi Keputusan Penggunaan	50
Tabel 4.6 Statistik deskriptif Keputusan Penggunaan.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	60

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Hasil Data Validitas Social Media Marketing	76
Lampiran 3 Hasil Data Validitas Keputusan Penggunaan	77

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., Irany, R. B. F., Kurniawan, D., & Rinuastuti, B. H. (2023). Pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial pada pelaku usaha. *ADMA: Jurnal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat*, 4(1), 31-40.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan pelanggan & pencapaian brand trust*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Aji, P., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91-104.
- Angelyn, A., & Kodrat, D. S. (2021). The effect of social media marketing on purchase decision with brand awareness as mediation on haroo table. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(1), 16–24.
- Armstrong, G., Kotler, P. (2022). *Marketing : An introduction, global edition*. Pearson Education Limited.
- Bimantara, M. I. (2021). Peranan media sosial dan harga terhadap keputusan pembelian jasa rekaman di Demoris Rumah Malik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108-116.
- Elvira, N. (2022). *Pengaruh social media marketing Instagram terhadap keputusan pembelian kuliner UMKM*. Skripsi.
- Firmansyah, A. (2018). *Pengantar manajemen*. Deepublish.
- Gunelius. (2011). *30-minute social media marketing*. McGrawHill Companies.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku konsumen*. Widiana Bhakti Persada.

Wina Ahyani, 2023

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Juharsah., & Hartini. (2022). The influence of social media marketing on purchase decisions. *International Journal of Management and Education in Human Development*, 3 (2), 573-577.
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman barang di kantor pos Pati 59100. *Pro Mark*, 11(1), 10-10.
- Keller, K., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*. Sixteenth Editon.
- Kotler, P. Keller, K., & Chernev, A. (2021). *Marketing management*, Global Edition.
- Krasniak, M., Zimmerman, J., & Ng, Deborah. (2021). *Social media marketing all in-one for dummies*. John Wiley & Sons Inc.
- 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)*. [Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung].
- Novila, M., D., (2018). Pengaruh *social media marketing* dan persepsi kualitas terhadap niat beli Surabaya Snowcake (studi pada Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446-452.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: Pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Prasastiningtyas, T. R., & Djawoto, D. (2016). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7), 1-15.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontempores*. Alfabeta.

Wina Ahyani, 2023

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis metode pembayaran dalam meningkatkan minat beli konsumen pada ecommerce: Tinjauan perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 111-119.
- Richadinata, K. R. P., & Wirajaya, M. K. M. (2022). Pengaruh social media marketing Instagram terhadap keputusan pembelian produk kuliner saat Pandemic Covid-19 di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(8), 879-884.
- Sari, I. A. (2019). Pengaruh media sosial Facebook dan Instagram terhadap keputusan pembelian di Home Industry (Madiun Jajan) Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Ekonomi dan Bisnis*, 1108-1118.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran menggunakan teknik integrated marketing communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku konsumen: Strategi dan teori*. Iocs Publisher.
- Stankevich, A. (2017). Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2 (6), 7-14.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukron, M. (2021). *Pengaruh social media marketing Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko batik Al-Fath Kota Jambi*. [Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi].
- Supini, N. (2019). *Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pada produk mudharabah di KSPPS BTM Bimu Waydadi Kota Bandar Lampung*. [Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung].

Wina Ahyani, 2023

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 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.
- Trattner, C., & Kappe, F. (2013). Social stream marketing on Facebook; A case study. *International Journal of Social and Humanistic Computing*, 2 (1-2), 86-103.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. SAGE Publications, Inc.
- Vallery, M. C., & Moeliono, N. N. K. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Bradermaker. *E-Proceedings of Management*, 8(5).

Wina Ahyani, 2023

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu