

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. L. M. B., & Santoso, H. P. (2016). Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Interaksi Online*, 5(1), 1-10.
- Evans, Dave, 2008. *Social Media Marketing An Hour A Day*, Canada: Wiley Publishing, Inc
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Felix, Reto., Philipp A. Rauschnabel., Chris Hinsch. 2016. *Elements of Strategic Social Media Marketing: A Holistic Framework*. Elsevier.
- Ghozali, Imam, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24*. Badan Peenerbit Universitas Diponegoro.
- Hauer, C. (2010). *Dalam B. Solis, Engage : The complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (hal. 263). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hindun, S. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@JajananSerang23 Terhadap Minat Beli Followers Produk Baso Aci Bapper di Kota Serang* (Doctoral dissertation, Universitas Serang Raya).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.
- Kaloka, A. S. K. (2016). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Instagram@MAKANANJEMBER.
- Kara, A. (2016). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Elevenia Di BBM Grup Terhadap Minat Beli Mahasiswi. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(1).

- Karman, M. A. (2015). The impact of social media marketing on brand equity toward the purchase intention of Starbucks Indonesia. *iBuss Management*, 3(2).
- Keller, K. (2015). *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity* 4th edition. USA: Pearson Education.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Liu, M., & Kenning. (2018). Asymmetric cognitive, emotional and behavioural effects of values-related and performance-related negative brand publicity. Germany.
- Maulana, A. G., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe, e-*Proceeding of Management* Vol. 2 No. 3.
- Mefita, S., & Yulianto, M. (2018). Fenomena gaya hidup selebgram (studi fenomenologi selebgram awkarin). *Interaksi Online*, 6(4), 567-573.
- Muslimawati, C., Sunarto, S., & Wardani, D. K. (2017). Pengaruh promosi melalui media sosial dan kesadaran merek terhadap minat beli air minum dalam kemasan dengan merek aqua pada mahasiswa pendidikan ekonomi fkip uns. *Bise: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 3(2).
- Nuryaman dan Veronica Christina. 2015. *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Prasetyo, j., wijyantini, b., & gunawan, y. dampak media sosial melalui instagram@ makanananakkosjember pada minat beli kuliner di kota jember.

- Priansa, D.J . (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Pütter, M. (2017). The impact of social media on consumer buying intention. *Marketing*, 3(1), 7-13.
- Rejeki, D. S. (2020). *Peran selebgram (selebriti instagram) terhadap minat beli konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Rusman. 2015. *Pembelajaran Tematik Terpadu Teori, Praktik dan Penilaian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sanny, L., Arina, A., Maulidya, R., & Pertiwi, R. (2020). Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 10(10), 2139-2146.
- Sari, N. (2019). *Pengaruh social media marketing melalui media sosial instagram dan harga terhadap minat beli pada online shop Ghealsy Malang (studi pada mahasiswa Prodi SI Manajemen angkatan 2016 FE Universitas Negeri Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Siregar.S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama Cetakan ke 4*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Soewandi, M. (2015). The impact of social media communication forms on brand equity dimensions and consumer purchase intention. *iBuss Management*, 3(2).
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (MixedMethods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Kota Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung. Alfabeta. ISBN: 978-602 289-373-8.
- Sujarweni, V. W. (2015). SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Pers.
- Sunyoto, Danang. 2016. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT RefikaAditama.
- Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: promotion through social media. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(1), 46-58.
- Syahrini, a. (2019). The influence of price, trust, and sales promotion on purchase intention of traveloka mobile APPLICATION. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Tjiptono, Fandy Ph.D. 2014. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Widodo. (2017). Metodologi Penelitian, Populer & Praktis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Winarni, E.W., 2018. Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bumi Aksara, Jakarta.
- www.teknologi.bisnis.com
- www.wearesocial.com
- www.niagahoster.co.id