

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I., & Hidayat, R. (2021). Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Instagram Pada MPone Stationery di Lampung Tahun 2021. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.7, No.5*, 1096.
- Dinar, N. H., & Hanifa, F. H. (2018). Tinjauan Aktivitas Social Media Marketing Melalui Instagram Pada PT. Fres Indonesia Wisata (Frestour & Travel) Tahun 2018. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.4, No.3*, 1263.
- Ferdian, I., & Ali, D. S. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Soka Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kaos Kaki Halal. *e-Proceeding of Management : Vol. 8, No.5*, 7148.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Handayani, F., & Widaningsih, S. (2021). Analisis Promosi Media Sosial Instagram Menggunakan Promotion Mix (Studi Kasus Produk Galleraj di Kota Bandung Tahun 2021). *e-Proceeding of Applied Science : Vo.7, No.5 Oktober*, 1044.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 01. Nomor 01*, 25-32.
- Jannah, N. M. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*. Retrieved Mei 1, 2022, from OSFPREPRINTS: <https://osf.io/v9j52/>
- Laily, I. N. (2022, Maret 24). *Menelusuri Sejarah Internet, Perkembangan dan Prediksi di Masa Depan*. Retrieved April 13, 2022, from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/agung/berita/623bd668930c4/menelusuri-sejarah-internet-perkembangan-dan-prediksi-di-masa-depan>
- Lininati, E. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Food Court. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan/Volume 02/No.2*, 97-102.

- Mahreiz, A. N., & Sastika, W. (2020). Tinjauan Sosial Media Marketing Melalui Instagram Pada Brand This! By Alifah Ratu Oleh CV. Fandi Universal Tahun 2020. *e-Proceeding of Applied Science : Vol6, No.2*, 2844.
- Nuraeni, S. D., & Suryawardhani, B. (2017). Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada PT. NIION Indonesia Utama Pada Tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2*, 280.
- Permatasari, I., & Priansa, D. J. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Wedding OMG Event Asia Kota Bandung Tahun 2020. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.6, No.2* , 1429.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved April 20, 2022, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardi, A., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kimber (@KIMBERSHOES). *JIMEA|Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)/Vol. 5 No.2*, 148-150.