

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel Fattah, F. A., Rahman, M. S., Mohamad, O., & Aziz, N. 2014. Factors Determining Customers' Repurchase Intention of Healthcare Insurance Products in Malaysia. Proceedings of the Australian Academy of Business and Social Sciences Conference 2014 (in Partnership with *the Journal of Developing Areas*), (ISBN 978-0-9925622-0-5).
- Ati, P. S. U., Islamudin, & Fintahiasari, M. 2020. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, e-ISSN 2721-5415, 1 (2); 168-176.
- Any Noor. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Arief, G. M., & Millianyani, H. 2015. Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *e-Proceedings of Management*, 2(3); 2581-2586.
- Akmal Ghani Dwianto Mohammad Iqbal Rizal Alfisyahr. 2018. "Analisis Dampak Pemasaran Di Media Sosial Online Terhadap Citra Merek, Minat Beli Konsumen, Dan Net Promoter Score". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Jogjakarta. 55(1).
- Ashmond, Ansah Dan Majeed. 2021. "The influence of social media on purchase Intention: The mediating role of brand equity". Majeed et al., *Cogent Business & Management*, 8: 1944008.
- Bevins, C. 2014. *Get schooled: A visual social semiotic analysis of target's branding using Instagram*. Master Theses. Paper 327. Retrieved from <http://digitalcommons.liberty.edu/masters/327/>.
- Dewing, Michael. 2010. *Social Media: an Introduction*. Canada: Library Parliament.
- Diyatma Jatmika Aris, 2017. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar". *Jurnal e-Proceeding of Management*, 4(1).
- Diamond, Stephanie. 2015. *The Visual Marketing Revolution 20 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.

- Durianto, Darmadi, Widjaja, Supratikno, Sugiarto, Anton Wachidin dan Hendrawan, . 2003. *Invasi pasar dengan iklan yang efektif: Strategi, program dan teknik pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fanggidae, Nyoko dan Gurubay, 2019. "The Effect of Social Media Marketing to Purchasing Interest of Fenomena Rakat Clothing". *Advances in Economics, Business and Management Research*, 143.
- Febryan, Ferdhy. 2010. *The Power of Selling*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Gesty, Ernestivita. 2017. "Mengukur Efektivitas Tagline Iklan Televisi Minuman Ringan Teh Botol Sosro Dengan Metode Customer Response Index (CRI)". *EKSIS*, 11(2).
- Gevi Tonida Resky. 2019. "Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas Di Instagram Rgfashion Store". *Malang*. 3(2).
- Gunawan, D. D., dan Huarng, K. 2015. "Viral effects of social network and media on consumers' purchase intention". *Journal of Business Research*, 68(11) ; 2237-2241.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indika, Deru. R. dan Cindy Jovita. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*, 1(1); 27-28.
- Ismail, M.M, and Radam, A. 2010. *Measuring the Effect of Asian Financial Crisis on the Comparative Advantage of the Food Processing Industry*. *International Journal of Economics and Management* , 4 (2): 271-284.
- Iblasi Nabil Walid, Bader Dr. M.K., Dojanah Sulaiman Ahmad Al-Qreini I. 2016. *The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decision*, *International Journal of Managerial Studies an Research (IJMSR)*, 4(1).
- Iham, Prisgunanto. 2016. *Komunikasi Pemasran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Iyad A. Khanfar. 2016. *The Effect Of Promotion Mix Elements On Consumers Buying Decision The Case Of Umniah Café*, *European Journal Of Businessn and Management*, 8(5); 94-100.

- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2013. Prinsip Prinsip Pemasaran (12th ed). Erlangga.
- Kotler, Philip., Bowen, J.T., dan Makens, J.C. 2010. Marketing for Hospitality and Tourism: fifth edition. New Jersey: Pearson.
- Kottler dan Keller Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta.
- _____, 2016. Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kshetri, Anita and Bidyanand Jha. 2016. Purchase Intention : A Study of Automobile Sector in India. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.* 5(3); 35-59.
- Lukas Falat, Martin Holubcik. 2017. The Effect of Promotion Mix Elements on Consumer Buying Decision Mobile Service : The Case of Umniah Telecommunication Company Zarqa city-Jordan. <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/viewFile/28666/29428> .
- Moriansyah, La. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3); 187-196.
- Maoyan et al. 2014. Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10); 92-97.
- Meatry Kurniasari, Agung Budiarmo. 2018. "Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang". *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 7(1); 1-7.
- Meldarianda, R. dan Lisan, H. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2); 1412-3126.
- M. Nisrina. 2015, *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta: Kobis.
- Natasia Birgita Aiwan, Elisabeth Jessica P.S.G dan Regina Jokom. 2017. Analisa Efektivitas Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Menggunakan Customer Response Index (Studi Pada Kafe De Mandailing Di Surabaya). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2).

- Neti, S. 2011. Social Media and Its Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1(2), 2011 ISSN (Online): 2230-8849. <http://www.ijecbs.com>
- Nuraeni Dan Puspitarini. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1).
- Nur, Indriantoro, dan Bambang, Supomo. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen, BPFE, Yogyakarta.
- Pangkey,F.M, Furkan,L.M, dan Herman,L.E. 2019. Pengaruh Artificial Intelligence Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 8(3).
- Pradipta Hesti Octavia. 2015, ““Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed Di Surabaya”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(7).
- Sarastuti, D. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1); 71-90.
- Sanny, Siahaan, Budiarto dan Oktriyanto. 2021. “Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia”. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10); 6815-6822.
- Sanny, Nadhila Dan Aji, 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; 91-104.
- Setiawan, Rochaeti dan Muhammad, 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2); 233-246.
- Sudirjo, F., Handoyo, E.A. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Amdk Amidis Di Semarang. *E-Jurnal Serat Acitya*, 7(1): 13-14.
- Supriono dan Ardelia, 2017. Pengaruh Brand Credibility Dan Brand Prestige Terhadap Persepsi Kualitas Dan Minat Beli (Survei pada konsumen kosmetik merek Chanel). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(3).

- Schivinski, Bruno., & Dabrowski, Darius. 2014. The Effect of Social Media Communication on Consumer Perception of Brands. *Journal of Marketing Communication*. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.871323>.
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya. 2012. Understanding Social Media. Ventus Publishing. ISBN [978-87-7681-992-7].
- Todorova, G. 2015. Marketing Communication Mix. Trakia University, Stara Zagora, Bulgaria. *Trakia Journal Of Sciences*, 13; 368-374.
- Tulasi, D. 2012. Marketing Communication dan Brand Awareness. *Humaniora*, 3(1); 215-222.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wijoyo, Ardani dan Muslim. 2019. Analisis Pengaruh Pemasaran melalui Media Sosial terhadap Loyalitas Merek pada Instagram Tomoo Steak. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(8).
- We Are Social & Hootsuite. 2020. Digital Data Indonesia 2020. In Data Reportal. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Wahyuni, I. I. & Faruqi, A. 2017. Analisis Strategi Word Of Mouth Marketing Akun Instagram @ Exploresawahlunto Analysis Word Of Mouth Marketing Strategy On Instagram Account @ Exploresawahlunto. Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 4 (1); 1130–1140.
- Yusuf, Yusmar. 2017. “Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram Di Kota Pekanbaru),” *JOM FISIP*, 4(2).
- Zulfiandri. 2018. Strategi Percepatan Pengembangan Industri Pengolahan Kakao Dan Industri Coklat Di Indonesia. *Jurnal Inovisi*, 14(1).