



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Bajari, A. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi, Prosedur, Trend an Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Effendi, Onong Uchajana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Ferdinand, A. 2006. *Structural equation modelling dalam penelitian manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Fill, Chris. 2019. *Marketing Communication: Interactivity, Communities, and Content, Fifth Edition*. England: Person Education Limited
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi Ketujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hikmat, M. M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Prespektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Bandung: Graha Ilmu
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group
- Juju, Sulianta. 2011. *Branding Promotion With Social Network*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin, L. 2018. *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas, Jilid dua*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. 2010. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2012. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kriyanto, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

- \_\_\_\_\_ . 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- \_\_\_\_\_ . 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Sangadji, Etta, M., & Sopiah. 2013. *Perilaku dan Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri
- Schiffmand & Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen, Edisi kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_ . 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_ . 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_ . 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Triton. 2006. *Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi
- Tuten, Tracy, L. 2008. *Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web. 2.0 World*. Connecticut: Praeger
- Unaradjan, Dominikus, Dolet. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Atma Jaya
- Wibisaputra, Adiztya. 2011. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG Di PT. Candi Agung Pratama Semarang*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Weinberg, Tamar. 2009 *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*. California: O'Reily
- Yudrik, Jahja. 2011. *Psikologi Perkembangan* . Jakarta: Kencana

### **Internet:**

Harry, Big., 2013. Diakses pada 18 Oktober 2019. *Menggunakan Instagram Sebagai Media Pemasaran* <http://www.bhrev.com/menggunakan-instagram-sebagai-media-pemasaran/>.

Tirto.id., 2019. Diakses pada 2 Agustus 2019. *Kopi Susu Kekinian: Di Antara Dana Besar, Modal Ventura, dan Tren*. <https://tirto.id/kopi-susu-kekinian-di-antara-dana-besar-modal-ventura-dan-tren-edu8>

*Dailysocial.com.* (2018). Diakses pada Jum'at 2 Agustus 2019.

<https://dailysocial.id/post/laporan-akhir-tahun-sumall-instagram-sebagai-media-sosial-paling-efektif-dalam-memacu-bisnis>

### **Jurnal :**

Arief, G. M., & Miliyani, H. 2015. "Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe". *e- Proceeding of Management* : Vol.2, No. 3

Chinomona, R. 2013. "The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students Intention to Purchase Electronic Gadgets" *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, pp. 14

Chung Han, Min., 2014. "How Social Network Characteristics Affect Users 'Trust and Purchase Intention". Vol. 9, No. 8

Fajriani, A., & Sastika, W. 2016. "Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram

*Terhadap Minat Beli Konsumen Steak Ranjang Bandung (Studi Kasus Pada Pengguna Instagram Di Bandung Tahun 2016)". Vol. 6, No. 1*

Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., Hyder, S. 2014. "How Advertising Affect The Buying Behavior of Consumer in Rural Areas: A Case of Pakistan ". *Academic Research International*. Vol. 5, pp.4

Wahyuni P., Sri & Fourqoniah, F. & Wahyuni Arsyad, A. 2019. "Pengaruh Konten Instagram @smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers". Vol. 7, No. 1

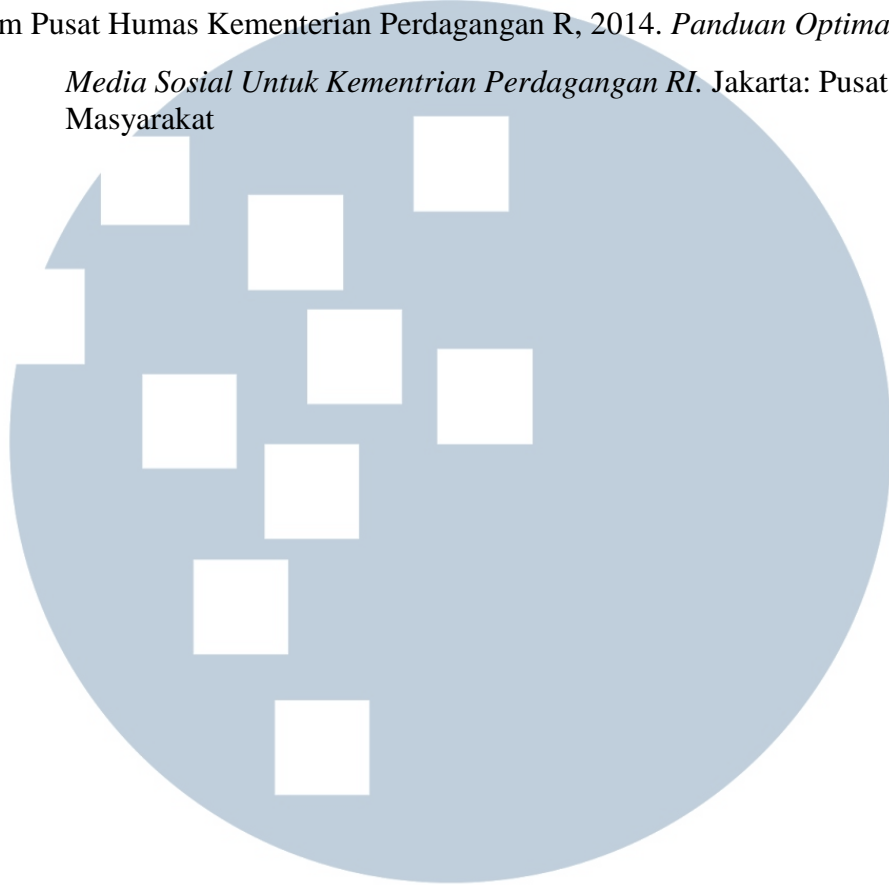
### **Skripsi :**

Wibisaputra, Adiztya. 2011. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG Di PT. Candi Agung Pratama Semarang*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.

***E – book :***

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan R, 2014. *Panduan Optimalisasi*

*Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI.* Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA