

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. M., 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.
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Arkananta, B, M, Ardiansyah, R., & Camilia, J. (2021). Inilah Fitur Yang Dapat Membantu Anda Dalam Memasarkan Produk. Retrieved from <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/inilah-fitur-instagram-yang-dapat-membantu-anda-dalam-memasarkan-produk>.
- Arief, G. M., dan Millianyani H. (2015). Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *e-Proceeding of Management : Vol.2*
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Dihni, V, A. (2022). Ini 5 Merek Minuman Teh Kekinian Paling Banyak Dikonsumsi Masyarakat. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/ini-5-merek-minuman-teh-kekinian-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat>.
- Dahono, Y. (2021). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. *Beritasatu.Com*. <https://www.beritasatu.com/archive/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>.
- Darmawan, D & Abdulhak. (2017). *Teknologi pendidikan*, cetakan ke-3. Bandung:

PT Remaja Rosdakarya.

Fajriani, Ayinda dan Sastika, Widya. (2016). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Steak Ranjang Bandung. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial, Ekonomi dan Humaniora*.

Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang

Hidayatullah, S. (2020). *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*. Retrieved from <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>.

Herman, J. (2014). How to use Instagram to improve your marketing. Prieiga perInternetā:<[http://maximizesocialbusiness.com/use-instagram improvemarketing-13043](http://maximizesocialbusiness.com/use-instagram-improvemarketing-13043)>.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.

Indrawan, Rully., Yaniawati, R. Poppy, (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. REFIKA ADITAMA.

Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1),127-138

Kusnandar, V, B. (2021). Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>.

Kim, A. J., & Ko, E. (2010). Impacts of luxury fashion brand's social media marketing on customer relationship and purchase intention. *Journal of Global Fashion Marketing*, 1(3), 164-171.

- Kotler, Phillip, Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Muslim, R., Wardani, N., & Wijoyo, S. Analisis Pengaruh Pemasaran melalui Media Sosial terhadap Loyalitas Merek pada Instagram Tomoo Steak. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 8, p. 7515-7523, agu. 2019. ISSN 2548-964X.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- M. Nisrina. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospital Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87.
- Priansa, D, J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Pramono. (2015). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Rafsandjani, Rieza Firdian. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: Kautsar Abadi.
- Riduwan, & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Tjiptono, F dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.