

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, M. (2020). Alasan konsumen membeli kebutuhan secara online. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilih-berbelanja-online>
- Ariensandy, P ., & Zuliestina, D. . (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *E-Proceeding of Management*.
- Arikunto S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Award, T. B. (2022). *Top Brand Index*. [https:// www.topbrand -award.com/top-brand-index/](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/)
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. *In Pascal Books*.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. *In Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar* (Issue September).
- Ghozali, I. (2019). *Uji Instrumen Data Kuesioner, Regresi Linear Berganda Tutorial SPSS Lengkap*.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.
- Hutany, nathalie shiella, Aurelia, A., & Cahyadi, dominica evelyn. (2022). *Strategi Marketing Kopi Kenangan*. <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2022/04/10/strategi-marketing-kopi-kenangan/>
- Imtiaz, R., Kazmi, S.Q. ul A., Amjad, M., & Aziz, A. (2019). The impact of social network marketing on consumer purchase intention in Pakistan: A study on female apparel. *Management Science Letters*, 1093-1104. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.3>.
- Indonesia, M. M. (2022). *Instagram sebagai Proses Media Komunikasi Pemasaran*. Media Mahasiswa Indonesia. <https://mahasiswaindonesia.id/instagram-sebagai-proses-media-komunikasi-pemasaran/>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo press.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Person Prentice Hall
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing*.(17th ed.). Person Prentice Hall.

- Laksana, M. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Lavera, A., & Jumhur, H. M. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Baso Aci Akang The Influence Of Social Media Marketing Through Instagram On Buying Interest In Baso Aci Akang*.
- Mileva, L., & Dh, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Strabucks). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 190-199.
- NapoleonCat.com. (2022). *Instagram users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>
- Olii, M. R. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), 2020. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/31554>
- Ovan & Andika Saputra. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*.
- Silaen, S. (2018). Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis
- Stellarosi, A., & Trianasari, N. (2020). *SOSIAL MEDIA INSTAGRAM THE EFFECT OF ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTION IN PLEASURE AND AROUSAL MEDIATION ON PURCHASE INTENTION ON FOOD ADVERTISING IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi
- Tungka, D., Lionardo, M . M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). *PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI CHATIME INDONESIA*.
- Usman, A., & Okafor, S. (2019). *Exploring the Relationship Between Social Media and Social Influence* (pp. 83-103). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7344-9.ch004>
- Wardani, T.A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish