

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilya. T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi, Vol.5*.
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUGAR TRIBE THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING VIA INSTAGRAM ON PURCHASE INTENTION OF SUGAR TRIBE CONSUMERS*.
- Fadli, R., Lubis, E. E., & Si, M. (2018). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @VAPORMXPKU DALAM MENINGKATKAN PROMOSI PENJUALAN. Dalam *JOM FISIP* (Vol. 5).
- Fanny Aulia Putri. (2014). Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial. *Jurnal Risalah, 3*.
- Fauziah Yanis. (2022). *PENGARUH MARKETING COMMUNICATION CAFFE KENANGAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PENGUNJUNG*.
- Firmansyah A.M. (2020). *Buku-Komunikasi-Pemasaran*.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). *PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE*.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kasmadi, Sunariah, & Nia Siti. (2014). *Paduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Kotler, Phillip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT.Indeks.
- Kurniawan, D. (2018). *KOMUNIKASI MODEL LASWELL DAN STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN MENYENANGKAN*.

- Kusniadji, S. (2016). *Suherman Kusniadji: Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*.
- Nasrullah Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Neno, O. :, Moniaga, A., Papatungan, R., & Kalangi, J. S. (2017). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PT. INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR BITUNG. Dalam *Acta Diurna: Vol. VI* (Nomor 1).
- Pasaribu, R. (2020). OPTIMALIZATION OF ONLINE MEDIA AS A SOLUTION FOR MSME MARKETING PROMOTION IN SEMARANG THROUGH COVID-19 PANDEMIC. Dalam *Jurnal Komunikasi dan Media* (Vol. 01, Nomor 01). <http://journal.unika.ac.id/index.php/jkm/index>
- Prabowo, D. (2020). *2.1.2 Fitur-Fitur Instagram*.
- Putra Rhialdi, S. W. (2020). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PADA CAFÉ.IN BANDUNG 2020 THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGH INSTAGRAM ON BUYING INTEREST IN CAFÉ.IN BANDUG 2020 Rhialdi Pratama Putra 1 , Widya Sastika ST.,MM 2 1 Prodi D3*.
- Rezekimuli, S. H., Maolana, A., & Si, M. (2019). *PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS BANDUNG MAKUTA (Studi Kasus Pada Bandung Makuta 2019) SOCIAL EFFECT OF MEDIA INSTAGRAM OF INTEREST BUY FOLLOWERS BANDUNG MAKUTA (Study Case At Bandung Makuta In 2018)*.
- Siregar, Sofyan. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, A. (2020). *KOMUNIKASI VERTIKAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI SEKOLAH MONDIAL KOTA BATAM SKRIPSI*.
- Sutsana, M. (2019). *Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Dalam Memenuhi Kepuasan Pelanggan Di Sofyaninn Hotel Unisi Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.

