

DAFTAR PUSTAKA

- Duwi Priyatno. *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Gava Media, Yogyakarta, 2010.
- Husen Umar. *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.
- Instagram Press Center, www.instagram.com. Diakses pada tanggal 3 Februari 2019
- Fadli Harisa Ramadhan, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan”. Diunduh pada tanggal 1 Februari 2019.
- Ju-Feng Shen, “Exploring The Effect Of The Become Attractive Match-Up With Celebrity Endorsers”. *International Journal Of Organizational Innvation*. Diunduh pada tanggal 21 Februari 2019.
- Lubiana Mileva, Achmad Fauzi DH. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian”. Diunduh pada tanggal 25 Februari 2019.
- Makmur, Rakhmat. “Manajemen E-Commerce”. Informatika, Jakarta, 2018.
- Martin Gibbs, James Meese, Michael Arnold, Marcus Carter, “Funerals and Instagram: Death, Social Media and Platform Vernacular”. This article has been published in *Information, Communication & Society*. Diunduh pada tanggal 21 Februari 2019.
- Matthew Pittman, Brandon Reich. “Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words”. *Computers in Human Behavior*. Diunduh pada tanggal 21 Februari 2019.
- Mesay Sata, “Factors Affecting Consumer Buying Behavior of Mobile Phone Devices”. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Diunduh pada tanggal 21 Februari 2019.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. “Manajemen Pemasaran”, Edisi Tiga belas, Erlangga, Jakarta, 2005.

- Ratih Hasanah Sudrajat, Berlian Primadani Satri Putri, Cindy Novtania Putri, “*Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli*”. Diunduh pada tanggal 31 Januari 2019.
- Rangkuti, Freddy. “*Strategi Promosi yang Kreatif*”, Edisi Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009.
- Royan, Frans M. “*Marketing Celebrities*”. Penerbit Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005.
- Schiffman dan Kanuk. “*Perilaku Konsumen*”. Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Penerbit Jakarta: Indeks. 2007.
- Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2016.
- Syed Mazlan Syed Mat Dom, Hani Suhaila binti Ramli, Audrey Lim Li Chin Tan. “*Determinants Of The Effectiveness Of Celebrity Endorsement In Advertisement*”. The Journal of Developing Areas. Diunduh pada tanggal 21 Februari 2019.
- Weerawit Lerrthairakul and Vinai Panjakajornsak, “*The Impact of Electronic Word-of-Mouth Factors on Consumers Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers: A Conceptual Framework*”. International Journal of Trade, Economics and Finance. Diunduh pada tanggal 21 Februari 2019.
- Wikipedia, Fitur-fitur Instagram (<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>) Diakses pada tanggal 10 Februari 2019
- Yuswari Nur, “*Pengaruh Celebrity Endorse Pada Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Produk Lazeta Skin Care*”. Diunduh pada tanggal 1 Februari 2019.