

Daftar pustaka

Sumber Buku

- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Bungin, Burhan, 2008, *Konstruksi Sosial Media Massa ,Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan televisi dan Keputusan Konsumen* , Jakarta, Kencana Prenada.
- DeVito A. Joseph. 2011. *Edisi Kelima: Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Drury, G. (2008). *Opinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively? Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Seri Pustaka Kunci 12.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute social Media Marketing*, United States : McGraw-Hill Companies.
- Kennedy, John E. dan R. Dermawan Soemanagara. 2009. *Marketing Communication Taktik & Strategi* Cetakan Ke-3. Jakarta:PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2 Jakarta: PT. Gelora.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2 Jakarta: Erlangga.

- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- M. Nisrina. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.
- Makmur dan Thahier, Rohana. 2015. *Inovasi dan Kreativitas Manusia*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Morrisan. (2010), *Periklanan Komunikasi Terpadu*, Jakarta : Cakra Ilmu (Imprin Gelar Semesta Aksara).
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neti, Sisira. 2011. *Social Media and It's Role in Marketing. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, Vol. I Issue 2.
- Priansa, Donni Juni 2017. *Perilaku Konsumen, Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Salbino, Sherief. (2014). *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Shimp, Terence 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 5. Jilid 5. Jakarta: Erlangga.
- Soemanegara. 2008. *Strategi Marketing Communication in advertising, promotion, 8th edition*, South-Western, Cengage Learning.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suryani Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

West, Richard, Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* Edisi 3. Jakarta: Salemba Humani.

Sumber Jurnal

Sa'diyah, Khalimatus. Kurniati, Rini. Zunaida, Daris. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi PT.Prudential Life Assurance (Cabang Sukun. Jln. Simp Sukun, Malang). 8(3), 207-217.

Kambali, Imam. Masitoh, Siti. (2021) Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengeriman Barang di Kantor Pos Pati 59100 11(1), 160-177.

Savitri, Eka. Zahara, Zakiyah. Ponirin (2016) Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Repurchase Intention Melalui Electronic Word Of Mouth. 2(3), 241-250.

Sartika, Dewi. (2017) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. 2(1), 10-21.

Untari, D. Fajarina, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada akun @subur_batik).2(20), 271-278.

Chrismardani, Y. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi untuk UMKM*. Neo-Bis, 8(2), 179-189.

Wahyuni, S. P. Fourqoniah, F. Arsyad, A. W. (2019) Pengaruh Konten Instagram @SMRFOODEIS Terhadap Minat Beli Followers, 7(1), 154-186.

Amanda, P. Santoso. Baihaqi, I. Satria, F. Persada. (2017) Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement (Studi Kasus Pada Instagram Lima Toko Pakaian Wanita). 6(1), 217-224

Chyntia, Putri. Rahmadanita, Salsha. (2021) Pengaruh Konten Instagram Story dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan Zodiak (Studi Kasus Pengikut Instagram @Amrazing). 4(1), 178-201