

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktik*. Rineka Cipta.
- Burhan, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Burhan, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran (pertama)*. Kencana Prenada media group.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*, 9(1), 140–157. <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>
- Donmayer, R. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods* (Given (Ed.)). Sage.
- Dozier, A., Hacker, K., Silberberg, M., & Ziegahn, Li. (2011). *Chapter 6. The Value of Social Networking | Principles of Community Engagement | ATSDR*. https://www.atsdr.cdc.gov/communityengagement/pce_social_intro.html
- Durianto, D., & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hanlon, A. (2020). *The AIDA model and how to apply it in the real world - examples and tips*. <https://www.smartinsights.com/traffic-building-strategy/offer-and-message-development/aida-model/>

- Iman, mustafa. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Khairunnisa, N. A. (2017). *Efektivitas Aplikasi M-COMMERCE ZALORA Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Prinsip- Prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 th). Pearson.
- Kurniasih, R. A. (2018). *PENGARUH SALES PROMOTIONMEDIA INSTAGRAM WARDAH BEAUTY HOUSESURABAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*. 2, 227–249.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Mcdaniel, C. (2011). *Pemasaran*. Salemba Empat.
- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101–115.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Kobis.
- Panduan untuk Memulai Instagram for Businesses*. (2020).
<https://business.instagram.com/getting-started>
- Pertiwi, W. K. (2019). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?* Reska K. Nistanto.
<https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Start Up.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, & Sunarto. (2013). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Ridwan, M. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. SOFMEDIA.
- Riza, A. (2020). *Gerakan Bali Kembali Digaungkan, Kasih Tes Swab Gratis*.
<https://travel.detik.com/travel-news/d-5256201/gerakan-bali-kembali-digaungkan-kasih-tes-swab-gratis>
- Rulli, N. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method For Business* (7 th). Printer Trento Srl.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Bisnis Pemasaran*. Prenada Media.
- Shalihah, N. F. (2020). *Tahukah Anda Siapa Orang di Balik Instagram? Halaman all - Kompas.com*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/31/193200665/tahukah-anda-siapa-orang-di-balik-instagram-?page=all>
- Shash, K., & D'Souza, A. (2009). *Advertising and Promotion : an IMC Perspective*. Google Book.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (24th ed.). Alfabeta.

T.Isip, F. B. (2010). *Encouraging The Use Of Slovin's Formula In Computing Sizes in DMS Survei Related Projects*. 1–5.
https://www.academia.edu/8664340/P_O_S_I_T_I_O_N_P_A_P_E_R_-_ISIP_Position_Paper_Encouraging_the_use_of_Slovins_Formula_in_computing_sample_sizes_in_DMS_survey_related_projects?auto=download

Wahyuningsih, T. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan penerapan* (1st ed.). UB Press.

