

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 43–48.
- Endah, T., Dimas, A., & Akmal, N. (2017). *Kajian dampak penggunaan media sosial bagi anak dan remaja* (Vol. 1, Issue 1). Puskom UI.
- Frintika, M. T., & Trianasari, N. (2022). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Dan Keterkaitan konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen E-commerce Sociolla (studi Pada Media Sosial Instagram). *eProceedings of Management*, 9(3).
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.
- Juliaristanti, V., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2020). Analisis Karakteristik Followers dan Konten Iklan dalam Mengukur Efektivitas Instagram Stories Advertisement Pada Produk Kosmetik Wardah. *Syntax*, 2(8).
- Mego, K. A. A., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2021). Tinjauan Yuridis terhadap Selebgram yang Melakukan Endorse/Promosi Barang Ilegal pada Produk Obat Kosmetik. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2(2), 271-276.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PRofesi Humas*, 3(1), 102-119.