

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Kotler, P. & Keller. (2009). *Marketing Management* (13<sup>th</sup> ed.).(terjemahan). Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Riduwan. (2007). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. (2006). *Consumer Behavior* (Ed. 7). (terjemahan). Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.

Setiadi, J. Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran* (2<sup>th</sup> ed.). Yogyakarta: Andi.

----. (2019). *Buku Panduan Tugas Akhir 2019*. Yogyakarta: Departemen Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.

### Jurnal

Adinda, S., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram@ Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers@ Exploremalang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 176-183.

Adji, J. (2014). Pengaruh *Satisfaction* dan *Trust* Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-10.

Anggraeni, R. N., Jaiz, M., & Nurjuman, H. (2018). *Pengaruh Promosi Kafe Sobahollic di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey di Kalangan Followers Kafe Sobahollic di Instagram)*. (Doctoral dissertation, Universitas

*Sultan Ageng Tirtayasa).*

- Dwianto, A. G., Iqbal, M., & Alfisyahr, R. (2018). ANALISIS DAMPAK PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL ONLINE TERHADAP CITRA MEREK, MINAT BELI KONSUMEN, DAN NET PROMOTER SCORE (Pendekatan Eksperimental Virtual Brand Following pada aplikasi Instagram produk Fast Moving Consumer Goods@ erigostore pada Mahasiswa S1 Un. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 91-99.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 16(2).
- Fajar Yudha, I. (2019). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ AdvanIndonesia terhadap Minat Beli Advan (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Imelda, R., & Martini, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Followers Wardah Kosmetik. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Khorik, A. A., & Rahardjo, B. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen SFA Steak & Resto Karanganyar)* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2016). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 1(2).
- Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31-40.
- Limbong, F. M. (2018). Pengaruh Promosi Akun Media Sosial Instagram@ Kulinermedan Terhadap Minat Berwisata Kuliner Mahasiswa Universitas Sumatera Utara.
- Mileva, L., & Fauzi DH, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 181-189.

Muslim, I. N. (2018). Pengaruh Variabel Social Media Marketing Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Nafisah, N. (2018). Pengaruh Strategi Promosi melalui Social Media terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

Oktaviani, L. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial (Facebook Dan Instagram) Terhadap Minat Beli Pada Kedai Ladanya Di Cianjur (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia)*.

Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.

Putri, C. S. (2017). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *PERFORMA*, 1(5), 594-603.

Setiawati, M., & Aida, W. (2017). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 2(2).

Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. (2018). Pengaruh karakteristik celebrity endorser melalui media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen pada restoran dan cafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).

Tiffany, S. (2019). PENGARUH PROMOSI MELALUI INSTAGRAM MUJIGAE DALAM MENCIPTAKAN MINAT BELI MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI HARAPAN BANGSA BANDUNG. *JOURNAL OF ACCOUNTING AND BUSINESS STUDIES*, 4(1).

Wicaksono, M. A., & Rummyeni, R. (2017). Pengaruh media sosial Instagram @ wisatadawahokura terhadap minat berkunjung *followers*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1-13.

## Artikel

Nabilah, S. A. (2019). *Brand Lokal Karya Influencer Indonesia Mendapatkan Rekor MURI*. Dikutip dari <https://m.tribunnews.com/amp/wadidaw/2019/09/04/brand-lokal-karya-influencer-indonesia-mendapatkan-rekor-muri> Diakses pada 01 April 2020 pukul 01.35 WIB.

----. (2019). *Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?*. Dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa--pengguna-media-sosial-indonesia> Diakses pada 31 Maret pukul 22.05 WIB.

Mudassir, Rayful. (2019). *Daftar Pengguna Instagram Terbanyak ddi Dunia, Indonesia di Urutan Berapa?*. Dikutip dari <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-uruta-berapa> Diakses pada 31 Maret 2020 pukul 23.45 WIB.

Rita. (2017). *Social Media Marketing*. Dikutip dari <https://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/03/social-media-marketing/>. Diakses pada 30 April 2020 pukul 22.00 WIB.

#### Website

Junaidi. (2010). *Titik Persentase Distribusi F*. <http://junaidichaniago.wordpress.com>. Diakses pada 11 April 2020 pukul 00.02 WIB.

Raharjo. (2017). *Uji Analisis Regresi Linier Sederhana SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linier-sederhana.html?m=1>. Diakses pada 10 April 2020 pukul 23.10 WIB.

Raharjo. (2014). *Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogrov-smirnov-spss.html?m=1>. Diakses pada 10 April 2020 pukul 23.10 WIB.

Raharjo. (2014). *Uji Linearitas dengan Program SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1>. Diakses pada 10 April 2020 pukul 23.30 WIB.

Raharjo. (2014). *Uji Heteroskedastisitas Glejser SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-heteroskedastisitas-glejser-spss.html?m=1>. Diakses pada 11 April 2020 pukul 00.14 WIB.

Raharjo. (2014). *Cara Mudah Melakukan Uji T dengan SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html?m=1>. Diakses pada 11 April 2020 pukul 00.20 WIB.

#### Lain-lain

<http://www.instagram.com>. *Content* pada akun Instagram @billionairesproject dan @ariefmuhammad.

[www.tokopedia.com/.webstore](http://www.tokopedia.com/.webstore). Akun penjualan Billionnaire's Project di Tokopedia.

Nugraheni, A.(2019). *Sampel dan Desain Sampel*. (materi presentasi Departemen  
Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada).