



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. 2019. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 6(2).
- Anggraeni, D. A., S. B. Widjanarko, dan D. W. Ningtyas. 2014. Proporsi Tepung Porang (*Amorphophallus muelleri* Blume): Tepung Maizena Terhadap Karakteristik Sosis Ayam. *Jurnal Pangan dan Agroindustri* 2(3).
- Armelia, Y. dan A. Irianto. 2021. Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EcoGen*. 4(3).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia/APJII. 2020. Data Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020.
- Atmoko, B. D. 2012. *Instagram Handbook*. Media Kita. Jakarta.
- Chaffey, D. and P. Smith. 2008. *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. ButterworthHeinemann. UK.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen, Edisi Kedua*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghiats, M. A. 2013. Pengaruh Iklan Televisi Sosis So Nice Versi "S.M.S Semua Makan So Nice" Terhadap Brand Awareness Konsumen Siswa pada Beberapa SMA Negeri Di Makassar. *Skripsi*. Universitas Hassanudin. Makassar.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, and R. L. Tatham. 2006. *Mutivariate Data Analysis*. 5th ed. Pearson Education. Upper Saddle River.
- Harrison, T. 2013. *Butchery and Sausage-Making For Dummies*. Jhon Wiley and Sons Canada, Ltd. United States.
- Hartono, Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. BPF. Yogyakarta
- Jonni, R. R. dan P. Hariyanti. 2021. Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffe Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*. 1(2).
- Kotler and Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, K. and L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Edition, Prentice Hall. USA: Pearson.
- Kotler, P. 2002. *Marketing Management 11th Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.



- Kotler, P. 2007. *Marketing Management (Analysis, Planning, Implementation and Control)*. Ninth Edition. Penerbit. Jakarta.
- Listyawati, I. H. 2016. Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma III*. 62–70.
- Mahadi, A. & Sukati, I. 2012. The Effect of External Factors on Purchase Intention amongst Young Generation in Malaysia. *International Business Research*. 5.
- Maoyan, Zhujunxuan, and Sangyang. 2014. Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. *International Journal of Business and Social Science*. 5 (10(1)):92-97.
- Mark, N. C. 2002. *The Marketing Glossary*. Clemente Communication Group. New Jersey.
- Martin, M. and J. Garden. 2004. *The art and Practice of Sausage making*. North Dakota State University Extension.
- Mastrodicasa, J. and P. Metellus. 2013. The Impact of Social Media on College Students. *Journal of College and Character*.
- Meidiawati, K. 2016. Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5(2).
- Nafisah. 2018. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). *Prosiding. Seminar Nasional dan Call For Paper*. 166-179
- Neti, S. 2011. Social media and its role in marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*. 1(2)
- Permana, L., N. Afiah, R. H. Ifroh, dan A. Wiranto. 2020. Analisis Status Gizi, Kebiasaan Makan dan Aktivitas fisik Pada Mahasiswa Kesehatandengan Pendekatan Mix-Method. *Husada Mahakam: Jurnal Kesehatan*. 10(2).
- Pratama, L. 2016. Pengaruh Social Media Marketing Melalui Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Konsumen di PT. Agung Automall (Agung Toyota) Harapan Raya Pekanbaru. *JOM FISIP*. 3(1)
- Putri, C. S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(5).
- Ramadhan, A. dan M. Simanjuntak. 2018. Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*. 11(3) : 243-254
- Ranggayuni, E. dan N. Aini. 2021. Faktor yang berhubungan dengan Konsumsi Makanan Cepat Saji pada Mahasiswa di Institusi Kesehatan Helvetia Medan. *Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan*. Medan. 6(3).
- Rangkuti. F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif: Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.



- Roman, W. 2002. Digital Marketing: Using New Technologies to Get Closer to Your Customers. Kogan Page. London.
- Saraswati, D. A. dan C. Hastasari. 2020. Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. Jurnal Biokultur. 9(2).
- Sari, W. E., Yulianto, E. Junirianto, A. Franz, S. Karim, dan I. M. Khamidah. 2021. Video Branding untuk Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS). 4(1).
- Sekaran, U. 2006. Metode Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4 Jilid 1. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Siswanto, Tito. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. Jurnal Liquidity. 2(1) : 80-86.
- Soeparno. 2011. Ilmu Dan Teknologi Daging. Cetakan ke 7. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Solis, B. 2010. Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web. John Wiley & Sons. New Jersey.
- Stanton, W.J. 1978. Fundamentals of Marketing. 5th Ed. McGraw-Hill Book Company. Tokyo: Kogakusha.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet. Bandung.
- Sulianta. 2014. 101 Jurus Promosi Online Paling Top. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Syahnani, M. F. dan A. Widodo. 2017. Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. Jurnal Ecodemica. 1(1).
- Tasruddin, R. 2015. Strategi promosi periklanan yang efektif. Jurnal Al-Khitabah. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar. 2 (1).
- Toldra, F., 2010. Innovation for healthier processed meats. International Conference on Food Innovation – Foodinnova. Valencia, Spain.
- Utami, A. D. dan R. A. Triyono. 2012. Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi dan Penjualan Batik Online dengan Sistem Dropship di Batik Solo. Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi. 3(3).
- Utami, H. N. dan I. F. A. Firdaus. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. Jurnal Ecodemica. 2(1).
- Widawati, L. dan E. R. Sari. 2019. Pemanfaatan Jamur Tandan Kosong Kelapa Sawit (*Volvariella volvacea*) Sebagai Bahan Baku Sosis Sapi. Jurnal Agritepa. 5(2)sari: 137-149.



- Wijaya, L. R. P. dan Wibawa, A. (2010). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi 13. Purwokerto.
- Wiyono, Gendro. 2011. 3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0. STIM YKPN Yogyakarta. Yogyakarta.
- Yazdanparast, A., M. Joseph, and F. Muniz. 2016. Consumer Based Brand Equity In The 21st Century: An Examination Of The Role Of Social Media Marketing. *Young Consumers*, 17(3), 243-255.