

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip 1990, *Principals of Marketing* (terjemahan) 3rd Edition, Jakarta, Intermedia.
- Kotler, Philip & Keller, K. 2009, *Marketing Management* (terjemahan), 13th Edition Vol.1, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Strauss, Judy & Frost, Raymond 2012, *E-Marketing*, 6th end, Pearson Education, New Jersey.
- Tim Penyusun 2015, *Model Praktikum Statistika I Dengan Aplikasi Software SPSS 17*, Departemen Ekonomika dan Bisnis SV UGM.
- BAB I, diakses pada 18 Mei 2019,
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eprints.u.ms.ac.id/18654/2/BAB_I.pdf&ved=2ahUKEwjNuZ-RlqLiAhWTbn0KHb32AU4QFjASegQIARAB&usg=AOvVaw1Q0sUDKGW1yaLdq0Pf0KL>
- BAB II, Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis, diakses 3 Juni 2019,
<<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unpas.ac.id/11765/4/BAB%2520II.pdf&ved=2ahUKEwiO97fKhqLiAhUEU30KHVoOAskQFjAAegQIBhAB&usg=AOvVaw0FylrjHkGOVg9dc8fhAdgr&cshid=1558078922878>>
- BAB 2, Landasan Teori, diakses pada 18 Mei 2019 <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisc/Bab2/2014-2-00601-MN%2520Bab2001.pdf&ved=2ahUKEwjR3_b5naLiAhXCqo8KHe1ICoQ4ChAWMAV6BAgAEAE&usg=AOvVaw1dAXKayqW45F2egj2pX3p>
- BAB III, Metode Penelitian, diakses pada 9 Juli 2019 <http://etheses.uin-malang.ac.id/850/7/11510084%2520Bab%25203.pdf&ved=2ahUKEwifvfiin6bjAhWL8HMBHWV-Bs04ChAWMAB6BAgCEAE&usg=AOvVaw0nV15fQZgz_hA1bKq3_1IL>
- Hapsari, Zella Hapna 2019, 'Pengaruh Review Food Blogger Javafoodie Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner di Yogyakarta', tesis program S-2, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, diakses 20 Maret 2019,
<<https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/13980/Full%20Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>

Hudha, Adrian Nur 2018, 'PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner pada Followers Akun @kulinerdisolo di Kota Surakarta Periode Maret-Juni 2018), skripsi sarjana program S-1, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, diakses 27 Maret 2019, <<http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0211010.pdf>>

Limbong, Friska Mariati 2018, 'Pengaruh Promosi Akun Media Sosial Instagram @Kulinermedan Terhadap Minat Berwisata Kuliner Mahasiswa Universitas Sumatera Utara, skripsi sarjana program S-1, Universitas Sumatera Utara, Sumatera Utara, diakses 19 Maret 2019, <<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6214>>

Novirina, Ikanita 2012, Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang, diakses pada 18 Mei 2019, <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eprints.undip.ac.id/35772/1/SULISTYARI.pdf&ved=2ahUKEwjPiZ26kqLiAhW_7HMBHYNVAm4QFjAAegQIBhAC&usg=AOvVaw0P-qaqtNXcIG4Q9qMtK5QV>

Artikelsiana, Pengertian Media Sosial, Fungsi, Karakteristik, Jenis, & Dampak Media Sosial, diakses Maret 2019, <<http://www.artikelsiana.com/2017/09/pengertian-media-sosial-fungsi.html>>

Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, diakses 8 April 2019, <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20kuliner>>

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Pengguna Internet Nomor Enam Dunia, diakses 10 Februari 2019, <http://www.kominfo.go.id>

Tinjauan Pustaka, diakses 3 Juni 2019.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://digilib.unila.ac.id/1997/8/BAB%2520II.pdf&ved=2ahUKEwimwur1kKLiAhVNiHAKHcVXDKo4FBawMAB6BAgHEAE&usg=AOvVaw0gHjkcFQ3_FT9O2om9S6
https://www.researchgate.net/publication/301674748_Pengaruh_Harga_Citra_Merek_dan_Kualitas_Produk_terhadap