

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, dkk.. “Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company”, *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, No. 71 (2014), h. 822-826.
- Amanah, Dita. “Pengaruh Promosi Dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan”. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.3 No. 3, (November 2011), h. 221-233
- APJII. *Profil Internet Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: APJII, 2022.
- Aprianti, Vika, dan Cecep Supriyadi. “Social Media marketing melalui Instagram Dan Brand image dalam Membentuk minat Beli Produk Lokal; Survey Pada Konsumen Sandal Swallow Edisi Kolaborasi”. *Economics Professional in Action(E-Profit)*, Volume 4 No. 02 Oktober 2022, hal. 100-106. (<https://doi.org/10.37278/eprofit.v4i2.517> / diakses tanggal 20 juni 2023)
- Arief, Giri Maulana. “Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe”. *jurnal ekonomi bisnis universitas Bina Insan Jakarta*, no 014, Desember 2015.
- Ariesandy, P., & Zuliestiana, D. A. “Pengaruh Social Media Marketing melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Lady fameshop”. *E-Proceeding of Management*, 6(2), hlm. 2767–2772. (<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10386> / diakses tanggal 20 juni 2023)
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Burhan, Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Chandra, R.. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial LINE@ Terhadap Minat Beli Konsumen Di Bloom Coffee & Eatery”. *Prologia*, (onlien), vol. 1, no. 1, Jan. 2018, pp. 120-4, (doi:10.24912/pr.v1i1.1395, diakses 12 Desember 2022).
- Deru R, Indika dan Cindy Jovita. “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen”. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol. 1, No. 1 (Juni 2017), h. 25–31.
- Dwi, Atmoko dan Bambang. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.

- Ekasari, Novita. "Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi". *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2 (2014), h: 81-102.
- Elita Tanujaya Julianto. "Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) Dancitramerek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokalcompasdengan Minat Beli Sebagai Mediasi". *EBISMEN (Jurnal, Ekonomi, Bisnis, dan Menejemen)*, Vol.1, No.4 Desember 2022, hlm. 16-29. (<https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i4.146/> diakses tanggal 20 juni 2023)
- Fariq, Faisal Muhammad. "Pengaruh Citra Merek dan Media Sosial terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Distro Flatten Supreme Bandung)". Skripsi, Universitas Pasundan, Bandung.
- Fariz, Rafi. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Akad Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri*. Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018.
- Ferdinan, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Firdaus, Ridho. *Pengaruh Brand Image dan Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan Modal Usaha Dalam Persepektif Etika Bisnis Islam*. Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011.
- Herdiansyah, Choirul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, (online), Vol 4 No 1 (2021): Periode Desember; 83-89 ; 2654-4504 ; 2721-1436 ; [10.31605/Mandar.V4i1](https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandar/article/view/1310), Dec. 2021, (<https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandar/article/view/1310>, diakses 12 Desember 2022).
- Jubilee, Enterprise. *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Kompitindo, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Indeks, 2004.
- Kurina, Novi. "Perkembangan Teknologi Komunikasidan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi". *Mediator*, Vol. 6, No. 2 (Desember 2005), h. 292.

- Larasati, Virginia dan Elsie Oktivera. "Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah". *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 7, No. 1 (Juni 2019), h. 34.
- Mila, Setiawati. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Skripsi, Universitas Pasir Pengaraian, Riau, 2015.
- Nasrullah dan Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Philip, Kotler dan Kevin L. Keller. *Marketing Management*. United States: Pearson Education, 2016.
- Prasetya, Ermawan Galih. "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua)". (skripsi, Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, 2018.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.
- Putri, Eryta Ayu S. "Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop". Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, 2013.
- Rahmawati, N. "Analisis Minat Investor Kota Mataram terhadap Investasi pada Pasar Modal Syariah". *Iqtishaduna*, Vol. 8, Nomor 2, (Desember 2017), h. 174.
- Rangkuti, Freddy. *The power of brand*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020.
- Rizaty, Monavia Ayu. "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia". *dataindonesia.id*, (online), (<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>, 03 Agustus 2022, di akses 11 Desember 2022)
- Safutra, Ilham. "Terus di Dorong, Tren Rasio Wirausaha Mulai Meningkat". *Jawa Pos.com*, (online), (<https://www.jawapos.com/ekonomi/11/12/2020/terus-didorong-tren-rasio-wirausaha-mulai-meningkat/>, di akses tanggal 12 Desember 2022).

- Sari, Yuli Ratna, et al. "Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo." *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, (online) Vol 3, No 1 (2022), Jan. 2022, (<http://www.jurnal.umitra.ac.id/index.php/bej/article/view/782>, diakses 13 Desember 2022)
- Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015.
- Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus Dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Surajiyo, Nasruddin, dan Herman Paleni. *Penelitian Sumber Daya manusia, Pengertian, teori, dan aplikasi Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows*. Yogyakarta : CV BUDI UTAMA, 2020.
- Suryani Dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Sutisna dan Oawitra. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Suyono, AG., dkk. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press, 2012.
- Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2001.
- Venessa, Ike dan Zainul Arifin. "Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 51, No. 1 (Oktober 2017).
- Yanto Yanto, Mustafidah Nur Maulida. "Analisis Karakteristik Keuangan Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur". *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 7 (2): 103-116, 2021.
- Yudhanto, Yudho. *Information Technology Business Start-Up*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2018.