

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (November 15, 2019). Buletin APJII Edisi 33. <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI33>.
- Adnan. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe . *Jurnal Visioner & Strategis* 7.2.
- Andriani Della, S. Z. (2023). Pengaruh Country Of Origin dan Brand Image terhadap Minat Beli pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada PT. Samsung Elektronik Indonesia Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1-8
- Annisa, N. (2017). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Starcross Terhadap Keputusan Pembelian Dimensi Minat Beli (Studi pada Generasi Milenial Malang). *Journal Economia*.
- Awaliyah Agesti, P. D. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT.XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta). *Conferensi Series Journal*.
- Chiu, Y. C. (2018). Studying the relationship between the perceived value of daring group buying websites and customer loyalty : the moderating role of referral rewards. *Journal of bussines & industrial marketing* , 665-679.
- Rismalia Fedy, D. N. M. (2022). Effect of Instagram promotion on consumer purchase intention: evidence from Indonesian traditional food of bakpia. *E3S Web of Conferences* 361.
- Erdoğan, İ. E. (2015). Drivers of social commerce through brand engagement. *Procedia-social and behavioral sciences* , 189-195.
- Ferinia, Rolyana et al. (2021). Prilaku Konsumen Keparisatawan. *Ronal Watrianthos and Janner Simarmata* , Yayasan Kita Menulis : Medan
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Handika, M. R. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram by Kata Kunci : Media Sosial, Instagram Marketing, Influencer, Marketing Mix, dan Cost. Keyword : Social Media, Instagram Marketing, Influencer, Marketing Mix. . 15(2), 192-203.
- Hawkins. D.I., M. D. (2018). Consumer behavior:Building marketing strategy . *MCGraw-Hill Education*.

- Herdiko, J. (2018). Pengaruh Produk dan Harga terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja produk kopi secara daring: studi kasus pada situs internet otten coffe. *jurnal riset manajemen dan bisnis*,12(2), 129-136.
- Hendriana (2017). Buku Prakarya dan Kewirausahaan. *Edisi Revisi Jakarta*. Kemedikbud.
- Indika, D. R. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan MInat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan Volume 1*, Nomor 01.
- Ir. Nurmawati, M. M. (2018). *Prilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Media Nursa Kreativ : Malang
- Jonni Ronaldho Rachman, H. P. (2021). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffe Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 119- 134.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Managemen*. Kelompok gramedia
- Kotler, P. Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kurniaman Putra, (2017) Teknik Pengolahan Data. (*Online*) ([http://putrakurniawan.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan data/](http://putrakurniawan.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan-data/)) diakses 23 Mei 2023
- Lamb, C. &. (2018). MKTG 11. *Cengage Learning*. Bustom, MA
- Laksono Adityo. (2015) Pengertian Minat Beli dan Faktor-Faktor. (*Online*), (<http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-minat-beli-belidanfaktorfaktor.html>), diakses 09 Mei 2023
- Mardia (2021). *Strategi Pemasaran*, Yayasan Menulis Kita.Medan
- Malhotra, N., Nunan, D. (2018) *Marketing Research : An Applied Approach*. Prentice Hall, New York
- Melydrum. (2016). *Manajemen PemasaranTeori dan Implementasi*. Andi : Yogyakarta.
- Musnaini (2021). *Manajemen Pemasaran* .CV Insan Cendikia Mandiri : Kabung.
- NisfullahAsy Ari, A. N. (2021). The Effect Of Online Advertising (Online Advertising) On Consumer Buying Interest In Buying Applications Online With Customer Satisfaction As Intervening Variable. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 29-38.

- Owen, S. E. (2021). Pengaruh Promosi Makanan Tradisional Ngai Soya Beancurd di Instagram terhadap Minat Beli. *Prologia* , 300-306.
- Patrisia, A. N. (2023). Pengaruh celebrity endoser, perilaku konsumen dan iklan terhadap minat beli konsumen pada produk avoskin di media sosial tiktok (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, nomor 5.
- Rismalia Fedy, A. H. (2022). Effect of Instagram promotion on consumer purchase intention: evidence from Indonesian traditional food of bakpia. *E3S Web of Conferences* 361.
- Rossanty Yossie, L. d. (2018). *Consumer Behaviorin Era Millenial* .Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI. Medan
- Simanjuntak Vera Clara, K. D. (2022). The Effect of Relationship Marketing, Promotions, and Brand Image on Purchasing Decision of Sahira Dates Syrup. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 22-32.
- Sri Nurfiyani, H. (2020). *Modul Pembelajaran SMA prakarya dan kewirausahaan kelas X*. perpus dikbud.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran* . Pustaka Abadi : Jember
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto. (2019). *Strategi Mengatasi Penurunan Daya beli Konsumen pada toko ritel dengan menggunakan e-commerce di kota Bengkulu*. Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarto C.
- Suparnoto Ridho Fikri, S. A. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Haver mood. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 404-412.
- Suprihati. Utami. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal paradigma*, vol. 13 no 01, februari-juli.

Syafira Julda Afina, A. M. (2021). Pengaruh Instagram @Pesenkopi\_Id Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)* , 828-839.

Tarigan, A. R. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Melalui Hastag Kuliner Bandung Terhadap Minat Beli Kuliner Bandung. *eproceedings of Management*, 9(4).

Tjiptono, F. D. (2020). *Pemasaran*. Andi: Yogyakarta

Umar Husein, (2015). Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pusataka Utama. Jakarta.

Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. CV Budi Utama. Yogyakarta