

## DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Bungin, M. B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta, Indonesia: KENCANA.
- Cross, M. (2014). *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. Waltham, Massachusetts, Amerika Serikat: Elsevier Inc.
- Forbes, L. P. (2013, Februari). Does Social Media Influence Consumer Buying Behavior? An Investigation of Recommendations and Purchases. *Journal of Business & Economics Research* , 107-112.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang, Indonesia: Yoga Pratama.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 01 (01), 2580-4928.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research* 65 , 1480-1486.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing: An Introduction*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isis dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Press.
- Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira. *e-Proceeding of Management* , 3 (3), 2679.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016, September). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Komunikasi* , 145-160.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th Edition ed.). New York, Amerika Serikat: McGraw-Hill/Irwin.

- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis: analisis frekuensi, deskriptif, dan eksplorasi, analisis crosstabs, dan uji chi square, uji instrumen data kuisioner, uji asumsi dasar, uji asumsi klasik regresi, analisis korelasi dan regresi linier*. Yogyakarta, Indonesia: CV. ANDI OFFSET.
- Putri, C. S. (2016, Desember). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 594-603.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017, Desember). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA* , 214-224.
- Rozikin, Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015). PENGARUH HARGA, IKLAN TELEVISI DAN KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL AVANZA DI DEALER NASMOCO PEMUDA SEMARANG. *Journal of Management.* , 1, 2502-7689.
- Scott, P. R., & Jacka, J. M. (2011). *Auditing Social Media: A Governance and Risk Guide*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: ALFABETA.
- Watie, E. D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger* , III (2), 69-74.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, California: O'Reilly Media, Inc.