DAFTAR PUSTAKA

Aaker, J. dan Smith A. 2010. *Quick, Effective, and Powerful Ways to Use Social Media to Drive Social Change*. ISBN 978-0-470-61415-0. Jossey-Bass.

Amstrong.2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi ke 12.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Arief dan Milianyani.2015. *Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen Suar Tribe*. Jurnal e-proceeding of management. Vol.2 No.3

Arikunto, S. 2013.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Hootsuite and We Are Social. 2019. Digital in 2018 : *Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*. Diakses pada tanggal 13 April 2019 dari https://wearesocial.com/blog/2019/01/global-digital-report-2019.

Caleb T Carr, Rebecca A Hayes. 2015. *Social Media: Defining, Developing and Divining*. Journal of Communication.

Djatnika, Tjetjep. 2007. *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya..

Elbert & Griffin .2009. *Business. New Jersey*: Prentice – Hall

Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hauer, C. 2010. Dalam B. Solis, Engage: *The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (hal. 263). New Jersey: John Wiley & Sons.

Instagram. (2015, Desember 25). *Instagram* Dipetik Februari 23, 2016, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram

Indika dan Jovita. 2017. *Media Sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.* Jurnal Bisnis Terapan. Vol.1 No.1

Kasali, Renald. 2010. *Change*. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Kotler, 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*.Jakarta:PT Midas Surya Grafindo

Kotler dan Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Keller 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jakarta : Erlangga

Kotler dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler dan Amstrong. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Kotler dan Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.

Prisgunanto. 2006. *Komunikasi Pemasran, Strategi, dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Putri. 2016. *Pengaruh Media Social Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie melalui Minat Beli*. Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis. Vol.1.No.5

Resky.2016. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada produk tas di Instagram RGFashionStore*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol.3 No.2

Schiffman dan Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen* Edisi 7. Jakarta: Indeks.

Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi 2 Bandung: Remaja Rosdakarya

Setawati.2015. *Pengaruh Media Social terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Manajemen. Vol2.No.2