

Daftar pustaka

- Arief, G. M., & Millanyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *eProceedings of Management*, 2(3).
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek edisi revisi VI* Jakarta:: Rineka Cipta. *Arsyad, A (2005). Media Pembelajaran. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.*
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Ardian Nur Hudha 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 PeriodeMaret – Juni 2018)
- Basu Swastha, D. H., & Irawan, M. B. A. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty.
- Bearman dan evans. *Retail Mnagement: A Stretegic App roach* (2002)
- Chris heuer (2010). *Engage: The Complete Guide For Brands And Business To Build, Cultivate, and Measure Succes in The New Web.* New jersey: Jhon Willey and Sonc inc.
- Diamond. (2015) *The Visual Marketing Revolution: 26 kiat sukses pemasaran di media sosial.* Jakarta: Serambi Ilmu Semesta
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran.* Bndung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- David, Fred R,2011. *Strategic Management, Buku 1.* Edisi 12 Jakarta.

- Durianto, dan Liana. C. (2004). Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.11 (no.1): 35-55
- Fajar Yudha, I. (2019). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ AdvanIndonesia terhadap Minat Beli Advan (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, Z. H. (2019). *PENGARUH REVIEW FOOD BLOGGER JAVAFOODIE TERHADAP MINAT BERPERILAKU KONSUMEN KULINER DI YOGYAKARTA* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kotler, P. (2003). Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P., Bowen, J., dan Makens, J. 1999. Marketing for Hospitality and Tourism. Second Edition. Prentice Hall Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS20,0. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Mahdi, I. (2018). *Pengaruh Iklan Instagram terhadap Minat Pengunjung Komunikafe di Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Nafisah, N., & Widyayanti, E. R. (2018). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul)* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). Manajemen Strategis 10. Salemba Empat : Jakarta

- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan SPSS dan tanya jawab ujian pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Resa Mulyanto (2019) *Analisis pengaruh electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen yang mengikuti akun kuliner di media sosial Instagram (Studi di Fakultas Ekonomi dan bisnis UNIKA SOEGIJPRANATA)*
- Ramdani, M. (2017). *PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KAFE WINDY POINT OF PUNCLUT (Studi Kasus pada Windy Point of Punclut)* (Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung).
- Swastha, Basu dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Kelima. Yogyakarta:Liberty.
- Super dan Crites. Faktor pengaruh minat.(Lidyawatie, 1998). [http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2011/10/membangun-minat-beli-definisi faktor.html](http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html)(diakses pada tanggal 16 Desember 2016)
- Sangadji dan Sopiah (2013),*Definisi perilaku konsumen*, buku pendekatan praktis, Penerbit (Andi Yogyakarta).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior: Fifth Edition*. New Jersey. Prentice-Hall Inc.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip–Prinsip Pemasaran*, jilid ke tujuh. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sanusi, M (2017). Pengaruh Terpaan Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Terhadap Pengikut Akun Kuliner Cirebon (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Yogyakarta).

Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran, Edisi II, Yogyakarta. Penerbit Andi.

Winardi.1992. Manajemen Perilaku Organisasi.Bandung: Citra Aditya Bakti

Yazid. 2008. Pemasaran Jasa.konsep dan implementasi edisi:Kedua Yogyakarta : Ekonisia Kampus.

