

## Daftar Pustaka

- Amstrong, Kotler (2015), marketing an introducing prentice hall twelfth edition, England : pearson education, Inc
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Adhita M. 2018. Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(3). 1-22 Universitas Kristen Surakarta.
- Fandy Tjiptono., Gregorius Chandra., dan Dedi Adriana., 2008, Pemasaran Strategik, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. edisi 2 Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fahresi M. (2018). PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN CAFE CINNAMON SULTANALAUDDIN MAKASSAR
- Grandy, Bagas Prawira. (2019). Strategi Viral Marketing Oleh UMKM Jokopi Melalui Instagram Dalam Membangun Brand Awareness
- Gozhali, imam 2010."aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS". Semarang : UNDIP.
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. John Wiley & Sons.
- <https://www.konsistensi.com/2013/04/uji-linearitas-data-dengan-program-spss.html?m=1>
- <https://www.youtube.com/watch?v=PKIUiSND9kc>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa#:~:text=Hingga%20kuartal%20I%2D2021%2C%20jumlah,berusia%2025%20hingga%2034%20tahun>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kanuk, S. (2008). Perilaku konsumen. *Zoelkifli Kasip (terjemahan) Customer Behaviour. Edisi Tujuh*. Jakarta: PT, Mancana Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip (alih bahasa Ancella Anitawati Hermawan SE), Manajemen Pemasaran Analysis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jakarta: Salemba Empat, 2000, h.8.
- Kotler, Philip, dan keller, kevin lane. (2004). Manajemen pemasaran 2, edisi millennium, Jakarta: PT. Ikrar mandiri

- Kothler, Philip & Gary Armstrong. 2008. "Prinsip-prinsip Pemasaran". Erlangga : Jakarta
- Machruf, B., & Wibowo, S. E. (2018). PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT BERKUNJUNG MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MULAWARMAN DI WISATA LADANG BUDAYA TENGGARONG.
- Meeten, F., Whiting, S., & Williams, C. M. (2015). An exploratory study of group mindfulness-based cognitive therapy for older people with depression. *Mindfulness*, 6(3), 467-474.
- Nurahmah, Latief. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP OMZET PENJUALAN HANDPHONE PADA DP STORE MAKASSAR
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Reza, Faisal. "Strategi promosi penjualan online lazada. co. id." *Jurnal kajian komunikasi* 4.1 (2016): 63-74.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Sugiyono 2012. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, bandung: Alfabeta
- Sugiono 2015. Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). penerbit CV. Alfabeta : bandung
- Wira, Mahardika. (2018). STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI OASE MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Kedai Kopi Oase Sumbawa Melalui Media Sosial Facebook)
- Yusup, M., & SUTOPO, S. (2011). *Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168-172.