

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi 12. Cetakan Ketiga. Jakarta: Indeks
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial*. (Cetakan Ke 4). Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Cetakan Ke 23). Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Edisi Ke 3). Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Cetakan Ke 28). Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta : MedPress.
- Susanto & Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*. (Edisi I). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi pemasaran*. (Edisi 4). Yogyakarta: Andi

### Skripsi

- Aris Jatmika Diyatma. (2017). *Pengaruh Promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk Saka Bistro & Bar*. Skripsi Strata 1 Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Telkom Bandung: dipublikasikan
- Bagas Aji Pamungkas. (2016). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura: dipublikasikan.
- Sa'adah. Lailatul. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian dengan EWOM Sebagai Variabel Intervening Pada Cake Asix*

A6 Malang. Skripsi Strata 1 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: dipublikasikan.

Kharis, Ismu Fadli. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Skripsi Strata 1 Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang: dipublikasikan.

### **Jurnal**

Deru R. Indika, Cindy. (2017). *Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Volume I, No I, 2580 - 4928.

Rumyeni, Wicaksono. Arif. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers*. Vol IV No. II, 2355 - 6919

### **Internet**

kompas.com. (2021). Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial Diambil Tanggal 1 April 2021 Dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>.

Dalam Teks : (“kompas.com”, 2021)

Liputan6.com. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Diambil Tanggal 18 Maret 2021 dari: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>.

Dalam Teks : (“Liputan6.com”, 2019)

NusaDaily.com. (2020). *Mengenal Tren “Thrifting” Yang Semakin Marak*. Diambil Tanggal 28 Februari 2021 dari: <https://nusadaily.com/fashion/mengenal-tren-thrifting-yang-semakin-marak-2.html>.

Dalam Teks: (“NusaDaily.com”, 2020)

RdkUINfm. (2020). *Tren Thrifting di Kalangan Milenial, Simak Tips Berikut!*. Diambil Tanggal 29 Maret 2021 dari: <http://rdk.fidkom.uinjkt.ac.id/index.php/2020/12/13/tren-thrifting-di-kalangan-milenial-simak-tips-berikut/>.

Dalam Teks : (“RdkUINfm”, 2020)