

- a. ih banyak menyukai konten yang berisikan promo terbaru.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. L. Kurniawati, “Pengaruh Pesan Soft Selling Skincare Base Terhadap Minat Beli Produk ( Survei Pada Followers Instagram @ Itsmybase ),” *Commercium*, vol. 5, no. 2, pp. 85–94, 2022.
- [2] C. R. Sari and A. M. Hidayat, “Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Uniqlo Universitas Telkom,” *e-Proceeding Manag.*, vol. 8, no. 2, pp. 1361–1368, 2021.
- [3] “SKRIPSI Komunikasi Pemasaran Soft-selling ( Studi Kasus Penggunaan Konten Soft- selling pada Media Sosial Instagram Rumah Warna ) Oleh : Dinna Khoirun Nisa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta,” pp. 2020–2021, 2021.
- [4] N. E. Faizaty and R. Laili, “Dampak Softselling Dalam Digital Marketing Pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Platform Grup Facebook Jago Jualan),” *J. Ilm. Mhs. Ekon.*, vol. 4, no. 1, p. 47, 2021.
- [5] M. T. & W. members of R. C. for I. P. D. and J. P. S. & W. members of R. C. for I. P. D. and J. P. S. Kazuichi Okazaki, Shigeyuki Kawa, Terumi Kamisawa, Toru Shimosegawa, Masao TanKazuichi Okazaki, Shigeyuki Kawa, Terumi Kamisawa, Toru Shimosegawa, “Japanese consensus guidelines for management of autoimmune pancreatitis: I. Concept and diagnosis of autoimmune pancreatitis,” *J. Gastroenterol.*, 2010.
- [6] C. Coker *et al.*, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” *Transcommunication*, vol. 53, no. 1, pp. 1–8, 2018, [Online]. Available: <http://www.tfd.org.tw/opencms/english/about/background.html%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0A>
- [7] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. 2013.
- [8] S. W. Anisha Ferdiana Fasha, Muhammad Rezqi Robi, “DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND,” *J. Manaj. Pendidik. dan ilmu Sos.*, vol.

3, 2022.

- [9] D. K. Nisa, “Komunikasi Pemasaran Soft-selling (Studi Kasus Penggunaan Konten Soft-selling pada Media Sosial Instagram Rumah Warna) Dinna Khoirun Nisa, Dr. Widodo Agus Setianto, M. Si.,” no. 2016, pp. 2020–2022, 2021.
- [10] D. Priyatno, *Mandiri belajar SPSS : untuk analisis data dan uji statistik*. 2008.
- [11] B. Darma, *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*.
- [12] R. Pradeka, “Uji Koefisien Korelasi Spearman dan Kendall Menggunakan Metode Bootstrap dan Sampel yang Dibangkitkan Berdasarkan Estimasi Densitas Kernel Multivariat,” *Repos. Institusi / Univ. Kristen Satya Wacana*, 2013.
- [13] Deny Kurniawan, “Uji T 2-Sampel Independent (Independent 2-Sample T-TEST),” pp. 0–4, 2008.
- [14] A. L. Kurniawati, “PENGARUH PESAN SOFT SELLING SKINCARE BASE TERHADAP MINAT BELI PRODUK (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @ITSMYBASE)”.
- [15] S. P. R. Silalahi, “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP TARGET PENJUALAN PADA PT. MASSINDO KARYA PRIMA MEDAN,” *J. Ilm. methonomi*, vol. 2, 2016.
- [16] A. W. Anaqhi, R. N. Amaliyah Putri, and S. Zuhri, “Analisis Social Media Marketing Produk Black Eye Coffee (Studi Pada Akun Instagram Black Eye Coffee),” *KAGANGA KOMUNIKA J. Commun. Sci.*, vol. 3, no. 1, pp. 31–39, 2021, doi: 10.36761/kagangakomunika.v3i1.1058.
- [17] N. Kadek Sri Wangi, I. Nuridja Made, and W. Bagia, “Analisis Belum Tercapainya Target Penjualan Elektronik Dan Furniture (Sebuah Kajian Dari Perspektif Manajemen Pemasaran),” *J. Pendidik. Ekon.*, 2014, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/2072>
- [18] M. A. Bahransyah, “Pengaruh bauran promosi dan brand awareness

terhadap minat beli topi kulit eervoleather,” *J. Manaj. Strateg. dan Apl. bisnis*,  
vol. 1, 2018.

[19] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan : pendekatan kuantitatif,kualitatif  
dan R & D*.

[20] Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2016.