

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fahmi, Irham. (2015). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial*. (Cetakan Ke 4). Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. (Edisi I). Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*. (Edisi I). Yogyakarta: Andi
- Sangadji, Etta Mamang. (2013). *Prilaku Konsumen*. (Edisi I). Yogyakarta: Andi
- Siregar, Sofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. (Edisi I). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Edisi Ke 3). Bandung: Alfabeta
- (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Cetakan Ke 28). Bandung: Alfabeta
- (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Cetakan Ke 23). Bandung: Alfabeta

Skripsi

- Adenia, Nia. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli*. Skripsi Strata 1 Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu: dipublikasikan.
- Sari, Novita. (2018). *Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Penggunaan Media sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Online Shop*. Skripsi Strata 1 Fakultas Ilmu Sosila dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara: 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.
- Ruthvianita, Dinny. (2019). *Pengaruh harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Konsumen Oriflame Kota Bandung)*. Skripsi Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung: tidak dipublikasikan.

Jurnal

Diyatma, Aris. Jatmika. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*, Volume IV No I, 175-179.

Putri, Citra. Sugianto. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*, Volume I No V, 594-603.

Internet

Tirto.id. (2020). Survey Belanja Online Warga Saat Pandemi Corona. Diambil dari: <https://tirto.id/hasil-survei-soal-aktivitas-belanja-warga-saat-pandemi-corona-fGkK>. (Akses: 15 Oktober 2020)

Tempo.co. (2019). Profil Bisnis Instagram di Indonesia. Diambil dari: <https://tekno.tempo.co/read/1182057/profil-bisnis-instagram-di-indonesia-terbanyak-di-asia-pasifik>. (Akses: 15 Oktober 2020).

Wahyu Nanda Kusuma Pertiwi. (2019). Pengguna Aktif Akun Instagram. Diambil dari: <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>. (Akses: 15 Oktober 2020).

Hukumonline.com. (2016). Undang-Undang Informasi Teknologi Elektronik. Diambil dari: <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt58636cf3cc4d7/uu-ite-baru-dan-risiko-hukum-bagi-pengguna-media-sosial/>. (Akses: 30 November 2020).