

DAFTAR PUSTAKA

- Ariesandy, P., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *eProceedings of Management*,
- Alvin, A., & Choandi, M. FASILITAS PENGGEMAR PAKAIAN EKONOMIS. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*,
- Andrian, S. E. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*,
- Astutik, Y. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Wardah Kosmetik Di Surabaya Dengan Mediasi Sikap Merek (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Ari setiyaningrum, j. u. (2015). prinsip-prinsip pemasaran (pengenalan plus tren terkini tentang pemasaran global, pemasaran jasa, green marketing, enterprenuerial marketing dan E- marketing). yogyakarta : Andi .
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana, Elite Marketer*. (2020). Dipetik January Sunday, 2021, dari Elitt Marketer: <https://elitemarketer.id/productivity/apa-itu-digital-marketing-21>
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*,
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *E-Journal Imu Komunikasi*,

- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*,
- Hanggono, A. A. (2015). Analisis atas praktek tam (technology acceptance model) dalam mendukung bisnis online dengan memanfaatkan jejaring sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Hermawan, Agus, 2012, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga : Jakarta.
- Indika, D. R.. & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*,
- Innova. E. 1. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *JurnalE-Komunikasi*.
- Khan, F.. & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Proffesionals in Pakistan. *Journal of Information Sytems and Operations Management*.
- kotler, p. (1992). *marketing* · jakarta: erlangga .
- Kotler, P.. & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, D.. & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*.
- Kusuma, D. F.. & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen*

- Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*
- manap, H. A. (2016). *revolusi manajemen pemasaran*. Jakarta : mitra wacana media .
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*,
- Merril, T., Latham, K., Santalesa, R., Navetta, D.. 2011. Social Media: The business benefit may be enormous, but can the risks-reputation, legal, operational-be mitigated, *Information*
- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). *Pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*(Doctoral dissertation, Riau University).
- Nasrullah, Rully. (2015). *Media Sosial : Perspektif, Budaya, dan Sositoteknologi* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Pasigai, M. A. (2009). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Balance*,
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,

- Priangani, A. (2013). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal Kebangsaan*,
- 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)*,
- Purwiantoro, M. H.SW, D.F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *EKA CIDA*,
- Pudjiastuti, W. (2016). *social marketing (strategi jitu mengatasi masalah sosial di indonesia)*. Jakarta : fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UI dan yayasan pustaka obor indonesia .
- Permatasari, A. S., Rahmadhan, S., Firdausy, W. J., & Meidianti, H. L. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Thrift Shop terhadap Tingkat Konsumsi Fashion di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*,
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*,
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among Makarti*,
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2019). Ewom Pada Generasi Z Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Daya Saing*,
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*,

- Rahmat, R. M. (2012). Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Universitas Hasanuddin,
- Randy, D.. & Sari. A. (2020) . ANALISIS LIMA KONSEP KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU QATAR AIRWAYS MELALUI PENGGUNAAN MEDIA BARU. Jurnal Akrab Juara.
- Ryan, D. (2014). Understanding Digital Marketing. Great Britain: Kogan Page Limited.
- soekartawi, d. (1993). manajemen pemasaran dalam bisnis modern. jakarta: perpustakaan nasional : katalog dalam penerbit.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Kwangsan*,
- sudaryono, d. (2017). pengantar manajemen teori dan kasus. yogyakarta : CAPS (center for akademic publishing service).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen,
- winardi, D. (1980). azas - azas marketing . bandung: alumni.
- Widiyanto, I.. & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Yuliana, O. (2000). Penggunaan teknologi internet dalam bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*,