

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42 (April), 65–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asshidieqi, F., & Mudiantoro. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Crozz di Distro Ultra Store Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 31-48.
- Azwar. S. (2009). *Reliabilitas dan Validitas* (Edisi ke 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Carlson, J and O’Cass, A. (2010). Exploring the Relationships Between e-Service Quality, Satisfaction, Attitudes and Behaviours in Content-Driven e-Service Web Sites, *Journal of Services Marketing*. 24/2 (2010) 112–127, ISSN 0887-6045.
- Dodds, William, B., Kent, B, Monroe, and Dhruv Grewal. (1991). *Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluations*, *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp. 307-19.
- Durianto dan Liana, S. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O.U. (1993). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fisher, B. (1986). *Teori-teori Komunikasi*. Penerjemah: Soejono Trimono. Bandung: Remaja Karya.
- Ghozali, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. Yogyakarta: BPFE.

Hanifati, A. N. (2015). *The Impact of Food Blogger toward Consumer's Attitude and Behavior in Choosing Restaurant*. International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS) Volume 3, Issue 3.

<http://www.marketing.co.id/semper-fy-manfaatkan-instagram-sebagai-media-promosi/>

Hudha, A.N. (2018). Promosi Melalui Media Sosial terhadap Minat Beli (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Kuliner Pada Followers Akun @kulinerdisolo di Kota Surakarta Periode Maret-Juni 2018). *Jurnal*.

Indika, D.R. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan. Volume 1 Nomor 1 2017: 25-32*.

Jogiyanto. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.

Kominfo. (2020). Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei>https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satkerpenetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasihttps://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satkerdigital/0/berita_satker.

Kotler, P. (2013). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Tenth Edition*. Prentice Hall International, Inc., New Jersey.

Kotler, P., & Gary, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Kumparan. (2017). Ini Alasan Mengapa Food Blogger Jadi Profesi yang Menggiurkan. <https://kumparan.com/kumparanstyle/ini-alasan-mengapa-food-blogger-jadi-profesi-yang><https://kumparan.com/kumparanstyle/ini-alasan-mengapa-food-blogger-jadi-profesi-yang-menggiurkan/full>.

Laksamana, A. (2017). *What CEO Wants From PR*. Yogyakarta: Mizan.

- Lubis, I.B.H. (2016). Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans (Studi Kasus Pada *Followers* Twitter @VHeadID). *Jurnal*. Yogyakarta: UNY.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta.
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Penerbit. Kencana.
- Muhson, A. (2011). *Aplikasi Komputer*. Yogyakarta: FISE UNY.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdin. (2004). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Cespur.
- Pearce, J.A., & Robinson, R.B. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat,
- Pertiwi, W.K. (2019). Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-penggunahttps://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesiainstagram-di-indonesia>.
- Qurniawati, R.S. (2018). Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti Vol.11 No.21, Juli 2018*: 17-27.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman, L., & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sistaningrum, E. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swasta, D.B., & Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Syahbani, M. F., Widodo, A. (2017). *Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media*. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1, No. 1.

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tuten, T.L., & Solomon, M.R. (2017). *Social Media Marketing 3rd Edition*. Los Angeles. SAGE Publication Ltd.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.
- Verplanken, B., & Orbell, S. (2003). Reflections on Past Behavior: A Self-Report Index of Habit Strength. *Journal of Applied Social Psychology*, 33 (6): 1313-1330.
- Webster, M. (2004). *Merriam Webster's Collegiate Dictionary*. United States of America: Merriam Webster Incorporated.
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. 2019.
- Wright R.E. (2010). *Jurnal Shopping Effort Classification: Implications For Segmenting The College Student Market*. Quency University.
- Zeithaml. (1996). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study, European. *Journal of Marketing*.