

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Atmoko, B. D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, S. 2008. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Darmawan, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya & Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Sumber Skripsi

- Hammoudi, R. 2018. *The Bookstagram Effect: Adolescent's Voluntary Literacy Engagement on Instagram*.
- Penitasari, N. 2017. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Abon Lele Bang Zay*.
- Puspayanti, GA. 2015. *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Rizky, O. K. 2015. *After Facebook (Studi Deskriptif Kualitatif Harapan Setelah Memutuskan Pertemanan di Jejaring Sosial Facebook oleh Generasi Internet di Kalangan Mahasiswa Kota Solo)*.

## Sumber Jurnal

- Asih, I. W., 2013. *Penerapan The Elaboration Likelihood Model of Persuasion dalam Melihat Fenomena Konglomerasi Media di Politik Jelang Pemilu 2014*.
- Evalina, L. W., & Handayani, F. 2018. *Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra)*. Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.
- Forbes, K. 2016. *Examining the Beauty Industry's Use of Social Influencers*. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 7 No. 2, [https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/08\\_Kristen\\_Forbes.pdf](https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/08_Kristen_Forbes.pdf).
- Glucksman, M. 2017. *The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding: A Case Study of Lucie Fink*. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 8 No. 2, [https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/12/08\\_Lifestyle\\_Branding\\_Glucksman.pdf](https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/12/08_Lifestyle_Branding_Glucksman.pdf).
- Hapsari, P. D., & Wirawan, F. W. 2016. *Analisis AISAS Model terhadap Product Placement dalam Film di Inonesia (Studi Kasus: Brand Kuliner di Film Ada Apa dengan Cinta 2)*, Vol. 12 No. 2, <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/1424/294>.
- Kurnia, N. 2005. Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru*.
- Monanda, R. 2017. *Pengaruh Media Sosial Instagram @awkarin terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Followers Remaja*. *JOM FISIP*.
- Munawwaroh, P. R. 2018. *Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata ke Siak Sri Indrapura*, Vol. 5 No. 1, <https://media.neliti.com/media/publications/199786-none.pdf>.
- Perbawaningsih, Y. 2012. Menyoal *Elaboration Likelihood Model (ELM)* dan Teori Retorika. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Prasetyo, H., & Rachmawanti. 2016. Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Share) pada Pengguna Asus Zenfone di Indonesia. Vol. 3 No. 3. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjLtqOA9eLiAhXMRo8KHTOEA->

0QFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fopenlibrary.telkomuniversity.ac.id%2Fpustaka%2Ffiles%2F121520%2Fjurnal\_eproc%2Fanalisis-aisas-attention-interest-search-action-share-pada-pengguna-asus-zenfone-di-indonesia.pdf&usg=AOvVaw3lJTQgbGNGpAJT0lLd3rPu

- Septianto, I. D., 2014. Analisis *Elaboration Likelihood Model* dalam Pengaruh Keterlibatan terhadap *Brand Attitude* dan *Intention to Click* (Studi Eksperimen Keterlibatan pada Iklan Simpati Loop di metode *Pre-roll in Video Youtube*). Jurnal Skripsi.
- Sriwijayanti, A. R., 2014. Hubungan antara Tayangan Iklan Kampanye Capres di Media TV dengan Sikap Pemilih Pemula (Studi Korelasional mengenai Hubungan antara Tayangan Iklan Kampanye Capres WIN-HT Versi “Jayalah Negriku” di RCTI dengan Sikap Pemilih Pemula di SMAN 25 Bandung). Artikel Ilmiah.
- Yeni, Fitri. 2013. Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC di Kota Padang. Univeristas Negeri Padang: Jurnal Ekonomi dan bisni. Vol. 2, No. 4.

### **Sumber Internet**

- Animalz. (2018, 27 September). *5 Core Characteristics of Millenials and How to Market Based on Each One*. Dipetik 2 Mei 2018, dari <https://adespresso.com/blog/marketing-to-millennials/>
- Aprilianto, M. B. (2018, 14 Febuari). *WOW: Media sosial favoritmu di nomor berapa?* Dipetik 13 September 2018, dari brilio.net: <https://www.brilio.net/wow/10-media-sosial-teraktif-di-indonesia-mana-yang-sering-kamu-pakai-180214v.html>.
- Aslam, S (2019, 6 Januari). *Instagram by the numbers. Stats, Demographic and Fun Facts*. Dipetik 21 Febuari 2019, dari <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Bohang, F. K. (2018, 21 Juni). *E-Bussines: Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Milliar*. Dipetik 13 September 2018, dari tekno.kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar>

- Bohang, F. K. (2018, 22 Februari). Tekno: *Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?* Dipetik 13 September 2018, dari [tekno.kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia](https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia).
- Clarke. T. (2019, 5 Maret). *22+ Instagram Stats That Marketers Can't Ignore This Year*. Dipetik 2 Mei 2019, dari <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>
- Djun, T. (2017, 23 Desember). *Media: Media Baru*. Dipetik 12 September 2018, dari [kompasiana.com:https://www.kompasiana.com/thommydjun/5a15b393ca269b2c712abe62/media-baru-new-media](https://www.kompasiana.com/thommydjun/5a15b393ca269b2c712abe62/media-baru-new-media).
- Laksana, N. C. (2018, 13 Maret). Tekno: *Ini Jumlah Total Pengguna Media Sosial di Indonesia*. Dipetik 13 Oktober 2018, dari [techno.okezone.com: https://techno.okezone.com/read/2018/03/13/207/1872093/ini-jumlah-total-pengguna-media-sosial-di-indonesia](https://techno.okezone.com/read/2018/03/13/207/1872093/ini-jumlah-total-pengguna-media-sosial-di-indonesia).
- Nugroho, A.N. (2015, 22 Maret). *Celebrity Endorsement for Fashion Products Instagram – Survey Report*. Dipetik 22 Maret 2019, dari <https://blog.jakpat.net/celebrity-endorsement-fashion-products-instagram/>.
- Pertiwi,W. K. (2018, 1 Maret). Internet: *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*. Dipetik 15 Oktober 2018, dari [tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia](https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia).
- Pratama, A. N. (2018, 6 Oktober). *Hari ini dalam Sejarah: Aplikasi Instagram dirilis*. Dipetik 17 Desember 2018, dari [tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis](https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis).
- Seligson, H (2016, 7 Juni). *Why Are More Women Than Men On Instagram?*. Dipetik 21 Februari 2019, dari [www.theatlantic.com/technology/archive/2016/06/why-are-more-women-than-men-on-instagram/485993/](https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/06/why-are-more-women-than-men-on-instagram/485993/)
- White, M (2017, 25 Oktober). *#Bookstagram: How Readers Changed The Way We Use Instagram*. Dipetik 21 Februari 2019, dari [www.huffingtonpost.com/entry/bookstagram-how-readers-changed-the-way-we-use-instagram\\_us\\_59f0aaa2e4b01ecaf1a3e867](https://www.huffingtonpost.com/entry/bookstagram-how-readers-changed-the-way-we-use-instagram_us_59f0aaa2e4b01ecaf1a3e867)

Worthy, P (2018, 26 September). *Top Instagram Demographic That Matter to Social Media Marketers*. Dipetik 2 Mei 2019, dari <https://blog.hootsuite.com/instagram-demographics/>