

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Abugaza, A. 2013. *Social Media Politica*. Jakarta:Tali
- Gary, K. 2005. *Communication Technology and Cultural Change*, London P.17. *Sage Publications*.
- Ghozali, I. 2011.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P. & Keller K. L. 2009. *Marketing Manajemen*. NewJersey: Pearson International Edition.
- Martono, N. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Raya Grafindo Persada
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nurudin, 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers:
- Pawit M. Y. 2014. Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan. cet. Ke-3, h. 205-207. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Pramono, AG. S., S. S. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta : Intidayu Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta,
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia
- Sulianta, F. 2015. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta : Elex Media Kompetindo
- Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. 2012. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di dalam Media Massa.. Ke-5, h. 293. Jakarta : Kencana Prenada Media Groupcet
- Widiyanto, M. A. 2013. *Statistika Terapan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo

## Internet

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/13980/Naskah%20Publik%20asi.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Informasi>. Diakses pada tanggal 5 Juli 2021.

<https://www.kompas.com/tag/media+sosial?sort=desc&url=http%3A%2F%2Fwww.kompas.com%2Fhype%2Fread%2F2020%2F11%2F24%2F200414966%2Faktif-di-media-sosial-dede-yusuf-yang-julid-julid-enggak-usah-dipikirin&page=130>. Diakses pada tanggal 5 Juli 2021.

<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6292/Bab%202.pdf?sequence=9>. diakses pada tanggal 5 juli 2021.

[Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI, Jakarta: PUSAT HUBUNGAN MASYARAKAT, 2014](#)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada tanggal 5 juli 2021.

## Jurnal

[Dimeilia, S dan Farid. 2019. Pengaruh Selebriti Endorser Instagram Terhadap Minat Beli Followers. Prologia, Vol. 3, No. 1, Hal 247-254, EISSN 2598-777.](#)

[Rachmat, D. O. N.; Ariyanti, M. dan Zuliestiana, D. A. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen \(Studi Kasus pada Akun Instagram @zahratuljannah dan @joyagh\). e-Proceeding of Management. Vol. 3, No.3, Hal.: 2858- 2868, ISSN : 2355-9357. Universitas Telkom.](#)

[Wahyuni, dkk. 2019. Pengaruh Konten Instagram @Smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers. Ejournal Ilmu Komunikasi, Vol, 7, No. 1, ISSN 2502-5961\(Cetak\)–ISSN 2502-597X.](#)

[Wicaksono, A. 2017. Pengaruh Media Sosial Instagram @Wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. JOM FISIP. Vol. 4, No. 2, Hal.: 1-11. Universitas Riau, Pekanbaru.](#)

<https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/50/43>

<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/download/12085/10615>

<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/348/317>