

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia Pustaka.
- Abzari, M. , G. R. A. , & V. L. N. (2014). *Analysing the effect of social media on brand attitude and purchase intention: The case of Iran Khodro Company*. 143, 822–826.
- Andri, P. J. (2020). *PENGUNAAN INSTAGRAM DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN EKSISTENSI PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM . (Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)*.
- Ardianto, E. L. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. L. (2017). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) (Edisi Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Bryant J, O. M. (2008). *MEDIA EFFECTS*.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution: 26 Kuat Sukses Pemasaran di Media Sosial*.
- @disneyplushotstarid. (2023). *Instagram Profil Disney+ Hotstar Indonesia .*
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS. . CV. Budi Utama*.
- Erlina F. Santika. (2023). *Setelah Turun Tiga Kuartal Beruntun, Pelanggan Disney+ Naik per November 2023. Databooks.Katadata*.
- Faruk. (2017). *Metode Penelitian Sastra: Sebuah Penjelajahan Awal*. Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Feroza, C. S. B. , & M. D. (2020). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN |Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.
- Gani, A. G. (2020). *Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia. Jurnal Mitra Manajemen, 5(2)*.
- Ginting, R. , A. A. S. , Y. A. , S. A. L. , K. D. P. , P. S. T. E. , . . . E. F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Insania.
- Griffin, E. (2012). *In A First Look At Communication Theory (8th ed.)*. Mc Graw-Hill.
- Hariningrum, A. , & S. E. P. (2022). *Pengaruh Terpaan Akun Twitter@ Ohmybeautybank Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kosmetik Dan Kecantikan (Survei Pada Followers@ Ohmybeautybank)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hermawan, D. J. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. Jurnal Ilmiah Ecobuss, 100–110*.
- Hidayati, T., Suharyono, & D, F. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma'had*

- Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengonsumsi Mie Instan Merek Indomie*). 2(1), 1–10.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. . Rajawali Pers.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0*. . Gramedia.
- Kotler, Philip. , K. K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Erlangga.
- Kusuma, B. A. (2022). *PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM@SURPLUSPROJECT TERHADAP MINAT BELI PRODUK (Survei pada Followers Akun Instagram@ surplusproject)* . UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.
- L. Hadi Adha, Z. A. dan R. K. (2020). Digitalisasi Industri Dan Pengaruhnya Terhadap Ketenagakerjaan Dan Hubungan Kerja Di Indonesia,” . *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5, no. 2, 268–298.
- Linardi, R. L. , G. T. S. , J. W. , & S. S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. . *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*.
- Littlejohn, S. , & K. A. F. (2008). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Austral Thomson.
- Luwihono, A. & P. J. V. (2021). *Buku Ajar Instrumentasi dan Pengukuran*. Yayasan Kita Menulis.
- Maharethi, P. I. J. V. (2024). *RESEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN REELS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI SEPUTAR KULINER (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2019 Followers @Malangfoodies)*.
- Muhammad, A. (2016). *Komunikasi Organisasi. Edisi Kedua*. Bumi Aksara.
- Nikijuluw, G. M. E. , R. A. J. , & L. V. (2020). Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou Iii Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). *Jurnal Administrasi Publik*.
- Novi Herlina. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Risalah , Vol. 4, NO. 2*.
- Novianti, N. , & S. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. eCo-Buss*.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial* (Lutfiah, Ed.). Media Sahabat Cendekia.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*.
- Perbawaningsih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. . *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Petty, R. E. (1986). *The elaborative likelihood model of persuasion. Advances in Experimental Social Psychology*.
- Praditya, A. (2019). Pengaruh media sosial dan komunikasi bisnis terhadap perkembangan bisnis online shop. . *Jurnal Semarak*.
- Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing. .

- Putri, L. P. I. K. (2019). Perilaku Konsumen Pengguna Instagram di Era Marketing 4.0. *Jurnal Manajemen Bisnis* .
- Rahayu, P. (2019). *Pengaruh era digital terhadap perkembangan bahasa anak*. Al-Fathin: *Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*.
- Ramdan, A. K. , R. F. R. , W. N. , & S. D. (2019). *Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas _ Id dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel* .
- Ranto Rajagukguk. (2023). Kuartal II 2023, Disney+ Hotstar Kehilangan 12,5 Juta Pelanggan profile photo reporter Ranto Rajagukguk. *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/kuartal-i-2023-disney-hotstar-kehilangan-125-juta-pelanggan/>
- Rosdiana, R. , & H. I. A. (2018). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. . *International Journal of Social Science and Business*.
- Rossza, D. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*.
- Rozan, Z. R. , & D. A. O. P. (2022). Penggunaan internet sebagai sumber informasi pada generasi baby boomer berdasarkan kemampuan literasi informasi. . *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*.
- Ryzka Aulia, N. (2020). Pengaruh Terpaan Tayangan Vlog Arief Muhammad Di Youtube Terhadap Minat Membuat Vlog Pada Komunitas Youtubers Minang. *JOM FISIP Vol 7 : Edisi I Januari - Juni 2020, 4*.
- Salsabillah, I. , & Y. T. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram@ Infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi. . *Jurnal Edukasi Dan Multimedia*.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. PT Elex Media Komputindo.
- Sari, M. A. S. (2023). *PENGARUH USER GENERATED CONTENT DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MEREK LAFIYE* . UPN" Veteran" Yogyakarta.
- Sariyanti, T. L. , & S. S. (2022). *Pengaruh Harga Dan Promosi Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Rifkhasira Di Situbondo (Studi kasus mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2018)*.
- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* . Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* . Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . CV. Alfabeta.
- Sugiyono & Lestari, P. (2021). *metode penelitian komunikasi (kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Cv.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *metode penelitian komunikasi (kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta, cv.
- Syafira, R. (n.d.). Pengaruh Isi Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image Erigo. 2022.
- Utari, Prahastiwi. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi* . Aspikom.
- Wainira, M. A. , L. Y. K. , & M. S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*.

- Widaningsih, T. T. , N. Y. , P. E. N. , & R. A. (2020). Pengaruh terpaan media dan daya tarik destinasi wisata terhadap minat berwisata. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- Yolanda, A. (2022). *Hubungan Layanan Video-on-Demand Netflix dan Minat Berlangganan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Universitas Hasanuddin.
- Zakaria, W. F. A. W. and J. M. Buaben. (2021). *The Theory of Post- Industrial Society (Teori Masyarakat Pasca-Industri)*.
- Zidan, O. :, & Ramadhan, H. (n.d.). *PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @ERIGOSTORE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UINSA SURABAYA Skripsi Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)*.