

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan Leila N. Vosta. (2014). *Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company*. Journal of Social and Behavioral Sciences, Vol. 143, No. 71, Hal: 822-826.
- Ali, R. J., & Yoedtadi, M. G. (2024). Hubungan Konten Marketing Instagram Reels@ Ocistok dengan Minat Beli Konsumen. *Kiwari*, 3(1), 69-79.
- Amalia, C. D., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(1), 1-11.
- Ansorullah, F. M. F., & Yopie, Y. (2022). Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga dan Keputusan Pembelian Iphone di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 9(3), 31-42.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *Motivasi*, 7(1), 8-14.
- Biteship. (18 Mei 2023). Instagram Bisnis: Pengertian, Fitur, dan Cara Membuat. Biteship.com. <https://biteship.com/blog/pengertian-instagram-bisnis/>.
- Faisal Rizal Zainal, D. (2022). Keputusan Pembelian Apple Iphone Melalui Citra Merek Harga dan Gaya Hidup. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(2).
- Farid, M., & Farhah, E. (2021). Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya (Studi Kasus di@ KampungbudayaPijiWetan). *Cakra Wisata*, 22(2), 1-8.
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965-980.
- Fortunisa, A & Arief, A. A. (2013). *Pesan Iklan Televisi Dan Personal Selling: Alat Promosi Untuk Peningkatan Keputusan Pembelian*. Vol. 2 No. 2. ISSN : 2087-8850.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi dan Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Harnoto, T., & Silintowe, Y. B. R. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa: Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup?. *Modus*, 30(2), 181-197.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, Edisi Kelima Belas. United States: Pearson Education.
- Makhin, A. (2016). Pengaruh Akun Instagram JAVAFOODIE Terhadap Minat Beli Konsumen (Analisis Regresi Sederhana pada Pengunjung Studio Kopi di Yogyakarta). *Skripsi*, 1-112.
- Manullang, A. I. P. M., & Yahfizham, Y. (2024). Analisis Perbandingan Algoritma Pada Tiktok dan Instagram Sebagai Content Media Dalam Pemasaran. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, 3(1), 99-109.
- Mappedeceng, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 422-426.
- Mardhatilla, J. (2019). Pengaruh Konten Instagram@ Senemu. Coffee Terhadap Minat Beli Followers-Nya Di Kafe Senemu 2.1. *Skripsi*, 1 - 175.
- Mc Quail, Dennis. (2000). *Mc Quail's Communication Theory (4th Edition)*. London: Sage Publication.
- Milhinhos, Patricia. 2015. *The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content*. Master's Thesis. Rio de Janeiro: Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1 (1).
- Parlina, T., & Yanti, D. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada Pengguna Iphone Di Kota Samarinda Ditinjau Dari Sudut Pandang Konsumsi Monzer Kahf. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 151-168.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

- Puspita, A. N. (2022). Pengaruh Konten Instagram @Jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Followers Dan Tingkat Popularitas Tempat Kuliner Di Kota Yogyakarta. *Skripsi*, 1-165.
- Riyanto, A. D. (2023). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Shahnaz, N. B. F. & Wahyono. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Toko Online. *Management Analysis Journal*, 389-399.
- Siregar, S. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiarto. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta, PT Pengembang Lintas Pengetahuan.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Suwu, C., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2024). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Apple Store Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(01), 781-790.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing 2ND Edition*. London: SAGE.
- Wahyudi, R. W & Santoso, S. (2022). Pengaruh Konten Marketing @xo.choco_1 Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1-21.

- Wahyuni, S., Fourqoniah, F., & Arsyad, A. W. (2019). Pengaruh konten instagram@ smrfoodies terhadap minat beli followers. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 154-166.
- Yanti, R. B. (2020). Gaya Hidup Brand Minded Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 401-415.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing : Journal of Sriwijaya Community Services. *Pembuatan Content Marketing : Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. *sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*
- Zulfadli. (2021). Pengaruh Konten Instagram @bocokopi Terhadap Minat Beli Followers. *Skripsi*, 1 – 65