

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan L. N. V. (2014). *Analisis Pengaruh Media Sosial pada Sikap Merek dan Minat Beli konsumen*. Jurnal sosial dan ilmiah, 1(43), 822-830.
- Ardianto, E. L. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita
- Bilson, Simamora. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Christanti, R. (2017). *Hubungan Terpaan Iklan dan Kompetensi Komunikasi Sales Marketing Terhadap Minat Beli Toyota All New Sienta*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution: 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*.
- Durianto, Darmadi. (2011). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Eva, Alvida. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Serta Brand Image Dalam Web Series #Janjitheseries Di Youtube Dan Intensitas Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Tropicana Slim*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret
- Ferdinand, Augusty . 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Frison, E., & Eggermont, S. (2017). *Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships Between Different Types of Instagram Use And Adolescents' Depressed Mood*. *Cyberpsychology, Behavior,*

and Social Networking, 20(10), 603–609. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0156>

Gani, A., (2018). *Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya*. Jurnal Universitas Suryadarma.

Gunawan, D.D. and Huarng, K.H. (2015) *Viral Effects of Social Network and Media on Consumers' Purchase Intention*. Journal of Business Research, 68, 2237-2241. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.004>

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.

Kotler, Philip. , K. K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Erlangga.

Kotler, Phillip & Gary Armstrong. (2016). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group.

Lee, Monle & Carla Johnson. (2004). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta : PT Kencana Prenada Media.

McQuail, D. (2000) *Mass Communication Theory*. London : Sage Publications

Nasrullah, Rully. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Penerbit Simbiosis Rekatama Medika

Niken. (2007). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti

Praditya, Alvin. (2018). *Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop*. Jurnal Semarak.

Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.

Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Sendjaja, Sasa Djuarsa. (2014) *Teori Komunikasi*, Jakarta : Universitas Terbuka

- Shimp, Terrence A., (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Ke-5 Jilid Ke-1. Jakarta : Erlangga.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Soehoet, Hoeta. (2002). *Teori Komunikasi*, Jakarta : Yayasan Kampus Tercinta-IISIP
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta,Bandung
- Syafira, Risyah. (2023). *Pengaruh Isi Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image Erigo*. Medialog : Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume VI, No. 1, P-ISSN: 2656-0690 E-ISSN: 2684-9054
- Tjiptono, Fandy. (1997), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : PT. Andi
- Umniyati, Noorfiya, et al. (2017). *Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website [Www.ppet.lipi.go.id](http://www.ppet.lipi.go.id) Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian*. Jurnal Kajian Komunikasi.
- Utari, Prahastiwi. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Aspikom.
- W. Wells John Burnett & S. Moriarty. (2000). *Advertising Principles and Practice*, 5 Edition. New jersey : Prentice Hall International
- Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta : Buana Pustaka Indonesia

## **Internet**

APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang

<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> diakses pada 25 Maret 2024

Instagram Pizza Hut Delivery Indonesia [www.instagram.com/phd.id](http://www.instagram.com/phd.id) diakses pada 29 Februari 2024

Instagram Pizza Hut Delivery Indonesia [www.instagram.com/phd.id](http://www.instagram.com/phd.id) diakses pada 3 Mei 2024

Website Pizza Hut [www.pizzahut.co.id](http://www.pizzahut.co.id) diakses pada 5 Mei 2024

We are Social Digital Report 2023 [www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com) diakses pada 25 Maret 2024

Laporan Tahunan PT. Sari Melati Kencana Tbk (2019 – 2023) [www.sarimelatikencana.co.id](http://www.sarimelatikencana.co.id) diakses pada 1 Juni 2024