

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Cet. ke-dua. Yogyakarta: BPFE.
- Indika, Deru R. dan Jovita, Cindy. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan* Volume 01, Nomor 01, Juni 2017.
- Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. (2017). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Khanlari, A. (2015). *Strategic customer relationship management in the age of social media*. USA : IGI Global.
- Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rully. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Needles, A., & Thompson, G. M. (2013). *Social media use in the restaurant industry: A work in progress [ Electronic article ]*. *Cornell Hospitality Report*, 13 (7), 6-16.
- Nuraeni, Syifa Dewi dan Suryawardani, Bethani. (2017). *Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada PT.Niion Indonesia Utama Pada Tahun 2017*. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017*.
- Oblinger, D.G & Oblinger, J.L., (2005). *Is IT Age or IT: First Steps Toward Understanding the Net Generation dalam Educating the Net Generation*, diedit oleh Oblinger, D.G & Oblinger, J.L., Washington, DC: Educause, pp. 2.1-2.20, tersedia di: <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>
- Patricia Bianca M. Arceo, Ivan Ray C. Cumahig, Michael B. De Mesa, Marie Jessica V. Buenaventura, dan Jaypy T. Tenerife. 2018. *The Impact of Social Media Platforms to Online Consumers' Intention to Purchase in Restaurant*

- Industry. *Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology (GJETeMCP)*, 4, (1) pp. 566 – 578.
- Peter, J. Paul dan Olson, J.C. (2014). *Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran* (Ed. 9. Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Purnamasari, Marchelina. 2018. Pengaruh Media Sosial Instagram Sebagai Konten Media Promosi. Dari website: <https://www.kompasiana.com/marchelinapurnamasari7894/5b50853e5e137337e5043f83/pengaruh-media-sosial-instagram-sebagai-konten-media-promosi-pada-online-shop?page=all>
- Putri, Luthfi Nuraini Sandra dan Susilowati, Isnurrini Hidayat. (2017). Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok. *Cakrawala*, Vol. XVII, No. 2, September 2017.
- Qingqing Chang, Yuqi Peng, and Paul D. Berger. (2018). “The Impact Of Social-Media Performance On Sales Of Retail-Food Brands.” *International Journal of Research - Granthaalayah*, 6(2), 1-12.
- Ristania, Novia dan Jerry S. Justianto. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Online Shop” SNexian Melalui Facebook. *Jurnal of Business Strategy and Execution*, 2, 131-161.
- Salleh, N.H., Patah, M.O.R.A., Samsudin, A. & Piah, Z.H.M. (2017). Restaurant advertisement through social media in Dungun, Terengganu: Examining followers’ responses. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9(2), 411-424.
- Sigit, Soehardi. (2002). *Pemasaran Praktis (Practical Marketing)*. Cet. Ke-dua. Yogyakarta: BPFE.
- Stafford, D. E., & Griffis, H. S. (2008). *A Review of Millennial Generation Characteristics and Military Workforce Implications*. In D. E. Stafford, & H. S. Griffis, *A Review of Millennial Generation Characteristics and Military Workforce Implications* (p. 1). Arlington: CNA Corporation.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing. ISBN [978-877681-992-7]

- Tapscott, D. (2013). *Growing up Digital: yang Muda yang Mengubah Dunia*. Jakarta: PT. Gramedia Utama
- Tim Penulis. (2019). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Tim Penyusun Humas Kementrian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI.
- Ulfa, Maria. (2018). Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru. *JOM FISIP Vol. 5 No. 1 – April 2018*.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. 1st ed. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.
- Zemke R, Raines C, Filipczak B. (2000). *Generation at Work: Managing the Clash of Veterans, boomers, Xers and Nexters in your Workplace*. Ed ke2. New York: Amacom.
- Zulia Khairani, Efrita Soviyant, dan Aznuriyandi. 2018. Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita 3(2) Juli 2018 (239-247)*.