

## DAFTAR PUSTAKA

- Alihamdan. (2019). Variabel, Penelitian (Pengertian, Jenis, Ciri, dan Contoh).
- Allegro, N. C. (2015). Private Label: Kajian Persepsi Konsumen Akan Kualitas Dan Value For Money. *Competence: Journal of Management Studies*, 9(2). 170-178.
- Amalina, N. S. (2019). Digital Marketing. *Universitas STEKOM Semarang*.
- Amirin, T. M. (2010). Skala Likert: Penggunaan dan Analisis Datanya.
- Amirullah. (2015). Populasi dan Sampel (67) dalam buku Metode Penelitian Manajemen. Malang: Bayumedia Publishing.
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 14–24.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178-189.
- Ansori, M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. Airlangga University Press.
- Ardista, R., Tinggi, S., & Tribuana, I. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6(1), 38-49.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyatman, A. D., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh Advertising Web Series Emina Beauty Bestie Terhadap Minat Beli Konsumen Emina. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(1), 447-456.
- Augusty, F. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azhar, N., & Adri, M. (2008). Uji validitas dan reliabilitas paket multimedia interaktif.
- Azhari, H. (2021). Analisis Pengaruh Ease Of Use, Shopping Experience Dan Advertisement Terhadap Minat Beli E-Commerce Customers Tokopedia Di Kota Batam. (*Doctoral dissertation, Prodi Manajemen*).
- Barringer, R. B., & Ireland, D. R. (2016). Entrepreneurship (S. Wall (ed.); 5thed.). Pearson Education Limited.

- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions Nagpur. *Tripude Institute of Management Education*. pp. 163-167.
- Christine, D., et all. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage, total arus kas dan ukuran perusahaan terhadap financial distress pada perusahaan property dan real estate yang terdapat di bursa efek indonesia tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340-350.
- Damastuti, R. (2021). Membedah feeds instagram produk skincare lokal (analisis isi kuantitatif akun instagram Avoskin). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 5(2), 189-199.
- Deddy, M. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eka, N. S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Frozen Food Dimasa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Frozen Food Di Kelurahan Way Dadi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Irawan, E., & Yusuf, Y. (2017). Instagram sebagai gaya hidup masyarakat kota pekanbaru (studi komunitas instagram di kota pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 1-14.
- Irma, A. (2017). Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bisnis Online Beautyhomeshop). *Jurnal Online Kinesik*, 4(2), 1-12.
- Kumparan.com. (2021). Apa Itu Feed Instagram? Ini Penjelasannya.
- Martinus, E., & Budiyanto, B. (2016). Pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Devina Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Meidiyustiani, R. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang

- konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2010–2014. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 41-59.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Hikmah*, 14(1), 49-55.
- Oktavia, Y. (2019). Pengaruh Hashtag Engagement #peoplewearoemahetnik di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image UKM Oemah Etnik. (*Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga*).
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh desain post Instagram terhadap minat pembelian produk UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 187-199.
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berpakaian Thrifting Melalui Feed Instagram. *BARIK*, 3(2), 125-137.
- Riyanto, A. D. (2015, December). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. *In Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 1(1).
- Safira, M., & Saputro, E. P. (2022). Pengaruh Desain Unggahan Instagram@hip.pu.su.ta Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Sasmita, C. I., & Kurniawan, I. B. (2021). Pengaruh Promosi Sosial Media (Digital Marketing) Terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung-Bali. *In Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 3.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1427-1438.
- Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat). *Prologia*, 5(1), 60-66.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*.