

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Bungin, Burhan. 2011. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). Principles of Marketing 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2006). Marketing Management 12th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). Marketing Management 14th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mulyana, Deddy. 2000. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung.
- Naseullah, Rulli. (2015). Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Solis, Brian. (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

PENELITIAN TERDAHULU:

- Disny Adelia Novita, Azwar dan Riza Hadikusuma. 2015. Pengaruh *Social Media Marketing Instagram* Terhadap Minat Khalayak Ke Santa Modern Market. Politeknik Negeri Jakarta, Jakarta.
- Giri Maulana Arief dan Heppy Millianyani. 2015. Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. Universitas Telkom, Bandung.
- Lubiana Mileva dan Achmad Fauzi DH. 2018. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Brawijaya, Malang.
- Suci Fadhilah Rahmi. 2018. *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Produk *Fashion Distro Flashy*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Sutan Muhammad Hannief dan Erni Martini. 2018. Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Warunk Upnormal. Universitas Telkom, Bandung.