

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen secara Online pada Toko RR Stuff di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa FEBI)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Alvenda, H. M. (2017). *Pengaruh Strategi Promosi melalui Social Media Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Erigo Store di Kota Jakarta Selatan*. Universitas Bakrie.
- Delviyana, K. (2021). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @neflixid terhadap Minat untuk Menonton Film di Netflix (Studi pada Followers Instagram @neflixid)*. Universitas Lampung.
- Fahrurozi, M. (2019). *Pengaruh Postingan Akun Instagram Lambe Turah terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa Pekalongan di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.)). CV Penerbit Qiara Media.
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Masyarakat pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(1), 217–228.
- Martinoes, M. R. (2022). *Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @localprideindonesia terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Filkom UIR*. Universitas Islam Riau.
- Permatasari, D. (2018). Hubungan Penggunaan Fitur Instastory sebagai Media Promosi dengan Minat Beli Produk Wellborn. *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 113–121.
- Pratiwi, A., Abidin, Z., & Ema. (2021). Fitur Instagram Shopping dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2),

3422–3436.

- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(April), 51–65.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(6), 1–7.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Setiawati, M., Aini, Y., & Aida, W. (2015). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian) Mila. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, 2(2).
- Sumayani, S. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Instagram) terhadap Minat Beli Konsumen di Toko DepiRTN Jl. Abdul Kadir Munsyi No. 3, Punia, Kec. Mataram, Kota Mataram (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016)*. Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.
- Zakirah, D. M. A. (2018). Mahasiswa dan Instagram. In *Jurnal SI Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*. Universitas Airlangga.

Sumber Internet :

<https://www.smartertech.id/> , diakses tanggal 11 Maret 2023

<https://dataindonesia.id/> , diakses tanggal 11 Maret 2023 dan 25 Maret 2023

<https://www.marketing.co.id/> , diakses tanggal 11 Maret 2023

<https://www.kominfo.go.id/> , diakses tanggal 11 Maret 2023

<https://www.liputan6.com/> , diakses tanggal 9 April 2023