

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko Rr Stuff Di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa FEBI)* [Skripsi]. IAIN Bengkulu.
- Hidayat, T. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli (Studi kasus pada smartphone Samsung di Neo Komunika). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 195–202.
- Jonni, R. R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2).
- Nazara, I. H., & Yunita, M. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen (Studi Pada Konsumen Platform Tiktok Shop). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 146–159.
- Salsabila, P. D., & Fatihah, D. C. (2024). Promosi Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen@ maliqa. katalog di Jawa Barat. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 677–788.
- Suwardi, A., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian sepatu Kimber (@ kimbershoes). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 144–156.
- Yanto, R. T. Y., Oktaviani, A., & Oscar, B. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Pro Mark*, 14(2), 35–42.