

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirrudin, M., et al. (2020). Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Penelitian*, 45(3), 121–135.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram handbook: Tips fotografi ponsel*. Media Kita.
- Castells, M. (2002). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and society*. Oxford University Press.
- Crowdtap, Ipsos MediaCT, & The Wall Street Journal. (2014). *Social influence: Marketing's new frontier*.
- David, H. (2005). *Communication theory: Media, technology, and society*. Sage Publications.
- Denis, M. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail (Edisi ke-6)*. Salemba Humanika.
- Diamond, S. (2015). *The visual marketing revolution: 26 kuat sukses*. PT Serambi Ilmu Semesta.
- Erskine, K. (2019). Social media impact on consumer decision-making. *Journal of Digital Communication*, 12(3), 45–57.
- Ferdinand, A. (2002). *Pedoman penelitian untuk skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Feri, S. (2015). *Keajaiban sosial media fantastis menumbuhkan visitor, circle, likes, koneksi, retweet, dan follower*. PT Elex Media Komputindo.
- Friedman, T. L. (2006). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. Farrar, Straus and Giroux.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage Publications.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1980). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
- Hanif, M., & Astuti, S. R. T. (2018). Analisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, sikap konsumen dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel

- intervening (Studi pada calon konsumen mobil Datsun di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1).
- Hidayat, R. (2020). Pengaruh lokasi strategis dan akses transportasi publik terhadap minat kunjungan masyarakat pada event pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(2), 145–156.
- Hunter, A. (2002). *New media: Critical debates*. Routledge.
- Juliandi, A., Irfan, F., & Manurung, S. (2014). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk ilmu sosial*. Pustaka Mandiri.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Kettman, J. (2019). Advocacy in digital communities: Building consumer trust. *Journal of Interactive Marketing*, 33(2), 89–103.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Kurnia Dewi, T., & Sudaryanto, S. (2020). Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Statistika*, 12(2), 103–117.
- Kusumawati, R. (2019). Gaya hidup digital natives dan implikasinya terhadap minat menghadiri event hiburan. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 55–67.
- Laughey, D. (2007). *Key themes in media theory*. Open University Press.
- Mandiberg, M. (2012). *The social media reader*. New York University Press.
- McQuail, D. (2003). *Mass communication theory* (5th ed.). Sage Publications.
- Meyrowitz, J. (1999). Understanding media and place: A critical theory of media. *Journal of Communication*, 49(4), 44–66.
- Moore, S. (2005). *Media/theory: Thinking about media and communications*. Routledge.
- Mutiara Karina Kurniawan. (2021). Komunikasi digital di era industri kreatif. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 77–85.

- Nasrullah, R. (2018). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Nuraini, A. (2021). Pengaruh reputasi festival musik terhadap minat kunjungan masyarakat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Event*, 3(1), 33–45.
- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). Komunikasi dan public relations. Bandung: Alfabeta.
- Nuryadi, D., et al. (2017). Metode penelitian statistik untuk ilmu sosial dan bisnis. Mitra Wacana Media.
- Prasetyo, A., & Oktaviani, D. (2020). Pengaruh promosi dan harga tiket terhadap minat kunjungan konser musik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 101–110.
- Purnomo, H. (2017). Pengantar metode penelitian. Pustaka Pelajar.
- Richard West, & Turner, L. H. (2010). *Introducing communication theory: Analysis and application* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Ruslan, R. (2010). Metodologi penelitian public relations dan komunikasi. RajaGrafindo Persada.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh konten post Instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita. *Jurnal Teknik ITS*, 6(1)
- Saputra, M. W. (2017). Representasi maskulinitas dalam iklan Pond's Men (Analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi maskulinitas). [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Books.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2012). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian bisnis. Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Analisis validitas dan reliabilitas dalam penelitian sosial. Alfabeta.
- Suprpto, T. (2009). Pengantar teori komunikasi. PT Rineka Cipta.
- Sunarti, E. A. S. (2019). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung followers (Survei pada followers akun Instagram @batuflowergarden.cobanraia). Jurnal Administrasi Bisnis, 70(1).
- System, K., & Krieger, M. (2010). Instagram [Mobile application software].
- Wang, Y., Yu, C., & Fesenmaier, D. R. (2017). The influence of word-of-mouth and social media on event attendance decisions. Journal of Travel Research, 56(5), 687–701. <https://doi.org/10.1177/0047287516650938>
- West, R., & Turner, L. H. (2010). Introducing communication theory: Analysis and application (4th ed.). McGraw-Hill.
- Williams, R. (2003). Television: Technology and cultural form. Routledge.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.