

DAFTAR PUSTAKA

- Awallia, (2018). *Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- ARIN. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO, DAN INTENSITAS PENGGUNAAN FACEBOOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE (STUDI EMIRIS PADA FORUM JUAL BELI)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. Syaifuddin Zuhri Purwokerto).
- Arief, (2005). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom
- Augusty, (2002), *Pengembangan Minat Beli*, BP Undip, Semarang
- Afrelia, (2022). *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Rekomendasi Terhadap Minat Mahasiswa Baru Di Universitas Merdeka Malang*
- Adinda Nur Masita Effendi. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada J.Co Donatus And Coffe Di Kota Malang Melalui Jejaring Sosialn Instagram, Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 6 No. 2, P. 1-9
- Afrelia, Try. Wardana. (2022). *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Rekomendasi Terhadap Minat Mahasiswa Baru Di Universitas Merdeka Malang*
- Adinda Nur Masita Effendi. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada J.Co Donatus And Coffe Di Kota Malang*
- Badaria, (2020). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Oline Pada Sosial*

Media Instagram.

Badaria, (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian *Oline* Pada Sosial Media Instagram.

Deka Cahya, (2017), Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Berkunjung Konsumen di klinik Kopi Yogyakarta.

Indika dan Cindy Jovit, (2017), Pengaruh Media Sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk Meningkatkan minat beli konsumen, *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1., p. 25-32.

Isnawati, (2020). *PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA APLIKASI INSTAGRAM DI JAKARTA TIMUR* (Doctoral dissertation, sekolah ilmu ekonomi indonesia jakarta).

Jayanti, (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Jayanti, (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI*.

Lestari, (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Lazada. co. id di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(20).

Setiawati, M., & Aini, Y. (2015). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Universitas Pasir Pengaraian.

- Lestari, (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Lazada. co. id di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(20).
- MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Nurwibowo, (2017), Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Online Melalui Jejaring Sosialn Instagram, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 6 No. 2, P. 1-9
- Nonis, (2019). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli secara Online pada Marketplace Shopee* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Rosdiana (2018), Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online, *International Journal of Social Science and Business*, Vol. 2, No. 3, 2018, p. 169-175
- Riski Rosdiana, (2018), Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online, *International Journal of Social Science and Business*, Vol. 2, No. 3, 2018, p. 169-175
- Siti Munawaroh, (2018), Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online, *Jurnal Manajemen Akuntansi*, Vol 19. No. 2, p. 41-50
- Setiawati, (2015). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Universitas Pasir Pengaraian.
- Tanjaya, (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Tanjaya,. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).