

DAFTAR PUSTAKA

- Amara, D., dan Putri, I.P. (2020). Pengaruh Context, Communication, Collaboration, Connection pada Akun Twitter @Jokoanwar teradap Minat dalam Menonton Film Gundala. *E-proceeding of management: 7(2)*. 7302-7314
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*
- Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis : Konsep. Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat
- Fanggidae, Apriana H.J. (2006). Strategi Pemasaran Pariwisata: Segmentation ,target market ,positioning,dan marketing mix. Fisip Universitas Nusa Cendana Kupang.
- George R. Terry, 2013, Prinsip-prinsip Manajemen, PT. Bumi Aksara
- Ghozali, Imam. 2006. Statistik Nonparametrik. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global
- Kotler, Philip, dan Keller. 2016. Marketing Management. Pearson:Prentice hall
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gray. 2016. Marketing Management (15th Global Edition). England:Pearson Education Limited.
- Kurniawati, Dewi, dan Nugraha, Arifin. 2015. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. Juenal Simbolika

- Kusumadewi, R. Neny. 2015. Pengaruh Periklanan Komersil dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian pada Media Radio Radika 100,3 Fm Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A., 2012. *Retailing Management*. New York, America : McGraw-Hill/Irwin.
- Mandibergh, (2012), *Media Sosial Bandung*. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Mandibergh, (2012), *Media Sosial Bandung*. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli. 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi, Cet.kedua*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Nurgiyantoro, B., Gunawan dan Marzuki. 2000. *Statistika Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Cetakan Pertama. Bulaksumur Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.
- Radiosunu, 2001, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta: BPFE.
- Raheni, Cahyaning. 2018. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*.
- Rizky, M.F., dan Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perrumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Management & Bisnis*: 14(2).
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shirky. 2008. Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten. Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta
- Setiawati, M., 'Aini, Y dan Aida, W. 2015. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengairan. *Academia*.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brand and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sujarweni, V. W. 2020. *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Banguntapan Bantul Yogyakarta. PT. Pustaka Baru.

- Sulis, S. (2022). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Ar Rafi (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Kudus). *Skripsi: IAIN Kudus*.
- Susetyarsi, Th dan Harminingtyas, R. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media (Context, Communication, Collaboration, Conneon) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Pakaian Old Man Store Di Semarang). *Jurnal STIE Semarang*. 13(1):51-69.
- Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga. Tjiptono Fandy, 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta : Andi
- Urban, Glen L. 2004. Digital Marketing Strategy: Text and Cases. Pearson Prentice
- Van Dijk, J. 2013. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. UK:Oxford University Press