

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

IP Hadi, M. W. (2021). *Buku Ajar Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Mulyana, Deddy. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), h. 191-192.

Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), h. 191.

Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa* “efek- efek komunikasi massa, (Jakarta : Rajawali Press, 2007), h.205-210.

Rustan, Ahmad, S, & Hakki, Nurhakki (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sleman: Deepublish.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Skripsi:

- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Madya, Aris Putra (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Brand Image PT. Pos Indonesia*. Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Bandung, Indonesia.
- Meysarah, Nadila Siti (2023). *Pengaruh Media Sosial TikTok dan Self Discosure sebagai Bentuk Solusi Communication Apprehension Pada Mahasiswa Emerging Adult*. Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bandung, Indonesia.
- Munte, Toga Benarivo (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Merek GOODSCELTA Di Store Divers Collective Bandung*. Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bandung, Indonesia.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1(5)*.
- Sekarukmi, Alyani Hidayati (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram Laluasa Coffee And Eatry Terhadap Minat Beli Pengikut/Followers Akun @Laluasakopi*. Universitas Pasundan, Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik, Bandung, Indonesia
- Sihite, Dea Ananda (2023). *Pengaruh Content Marketing Shopee Affiloiate Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial*. Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bandung, Indonesia.

Jurnal dan Artikel

Puspitarini, Dinda S & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common. Vol 3 (1).

Sari, Astari Clara dkk. (2019, January 04). *Komunikasi Dan Media Sosial. Makassar*. <https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara->

Website

Amalia, Adhi Murti Citra. (28 Mar 2022). *The Honeycomb Model Social Media*. Diakses pada 20 Desember 2022, melalui <https://binus.ac.id/malang/public-relations/2022/03/28/the-honeycomb-model-social-media/>.

Himma, Faiqotul. (2022, August 03). *Social Media Marketing: Pengertian Hingga Contohnya*. Diperoleh melalui <https://majoo.id/solusi/detail/social-media-marketing> Diakses Pada Tanggal 26 Mei 2023.

Kemala, Ayu (2012, December 14). *AIDA (Attention, interest, desire, action)*. Diperoleh melalui <https://ayukemala.wordpress.com/2012/12/14/aida-attention-interest-desire->. Diakses Pada Tanggal 23 Mei 2023

Kurniawan, Mutiara Karina, (2021). *Apa Sih Komunikasi Digital Itu.?* Diperoleh melalui <https://www.kompasiana.com/mutiarakarinakurniawan1185/405>. Diakses Pada Tanggal 23 Mei 2023.

Nurmansyah, Faisal. (2022). *10 Strategi Tiktok Marketing Menangkan Hati Pelanggan.!* Diperoleh melalui 10 Strategi TikTok Menangkan Hati Pelanggan! (qontak.com) Pada Tanggal 23 Mei 2023.

Riadi, Muchlisin. (2018). *Aspek, Tahapan Dan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.* Diperoleh melalui *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli* (kajianpustaka.com) pada tanggal 24 Mei 2023.