

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 Siosioteknologi*. 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 pemasaran 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.