

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adrianus Aditya, dkk. 2013. *Social Media Nation (15 Inspirasi Berjejaring Sosial)*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Ajzen. 1991. *Attitude, Personality and Behavior*. Milton Keynes: Open University.
- Alam S. 2007. *Ekonomi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2014. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, Saifuddin. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2017. *Marketing for Competitiveness*. Yogyakarta: Bentang.
- Kriyantono, Rachmat, 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Landsverk, Kjell H. 2014. *The Instagram Handbook*. London: PrimeHead.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Muktaf, Zein Muffarih. 2015. *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Litera.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian (Skripsi, tesis, disertasi, & Karya Ilmiah)*. Jakarta: Kencana.

- Rusmana, Agus et al. 2019. *The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0: Book Chapter* Komunikasi Organisasi. Bandung: Media Akselerasi.
- Sari, Endang S. 1993. *Audience Research Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2018. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Stiggins, Richard J. 1994. *Student Centered Classroom Assesment*. New York: McMiller College Publishing Co.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Tamimy, Muhammad Fadhool. 2017. *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Jakarta: VisiMedia.
- Tandjung, Jenu Widjaja, dkk. 2016. *Competitive Marketing Strategy (Strategi Pemasaran Menghadapi Pesaing ASEAN +3 di Era MEA*. Jakarta: Gramedia.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Yuswohady, Kemal. 2015. *8 Wajah Kelas Menengah*. Jakarta: Gramedia.

#### **Jurnal dan Penelitian Terdahulu :**

- Anjaskara, Dian Innes. 2016. *Pengaruh Sikap Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Bergstrom, T. & Backman, L. 2013. *Marketing and PR in Social Media: How The Utilization of Instagram Builds and Maintains Customer Relationships*. Media and Ommunication, 56.
- Chinomona, R. 2013. *The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Students' Intention to Purchase Electronic Gadgets*. Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Italy. Vol 14 No 14, 463-472.

- Lin, Nan Hong & Lin, Bih Shya, (2007). “*The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*”. Journal of International Management Studies.
- Makhin, Ahmad. 2016. *Pengaruh Akun Instagram Javafoodie Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Martono, Agung Ndaru. 2010. *Studi tentang Antecedent Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada I-Cos Cofffe Shop Semarang*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Volume IX, No.1, 1-31.
- Rachmawati, Ani. 2013. *Penerapan Hasil Belajar Menggambar dan Memodifikasi Desain Fesyen 1 Pada Pembuatan Desain Busana Casual Remaja*.
- Rinjani, Hefrina dan Firmanto. 2013. *Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Vol. 01, No.01.
- Shah, S., Aziz, J., Jaffari, A. R., Waris, S., Ejaz, W., Fatima, M., et al. 2012. *The impact of brands on consumer purchase intention*. Asian Journal Of Business Management, 4(2), 105-110.
- Wang, Yai, H., Tsai, Cing, F. 2014. *The relationship between brand image and purchase intention: evidence from award winning mutual funds*. The International Journal of Business and Finance Research, 8(2), 27-40.
- Wijaksana, Tri Indra dan Bayu Dewangga Putra. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi Bandung*. Jurnal e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1.

#### **Internet :**

- Anggraeni, Rina. 2017. Ini Alasan Wanita Lebih Suka Belanja Dibanding Pria. Diakses melalui <https://lifestyle.sindonews.com/read/1220638/166/ini-alasan-wanita-lebih-suka-belanja-dibanding-pria-1500016130> pada tanggal 5 Mei 2019.
- Kemp, Simon. 2019. Digital 2019 Indonesia. Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> pada tanggal 5 Mei 2019.
- Riyanto, Andi Dwi. 2019. Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report 2019. Diakes melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/> pada [https://www.instagram.com/monokromstore\\_jogja/?hl=id](https://www.instagram.com/monokromstore_jogja/?hl=id)