

## BUKU :

- Abidin, Zainal Yusuf (2015). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahmad, Tosepu Yusrin. (2018). *Media Baru dalam Komunikasi Politik* Surabaya: Jakad Publishing.
- Ardianto, Elvaniro dan Soemirat, Soleh.2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro.(2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior* 6th Edition: ThomsonLearning. New York.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bajari, A. (2015). *Metode penelitian komunikasi: prosedur, tren, dan etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Das, B., & Sahoo, J. S. (2011). Social networking sites—a critical analysis of its impact on personal and social life. *International Journal of Business and Social Science*, 2(14), 222-228.
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (2012). *Metodologi Penelitian Survey*. In *LP3ES*. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, Augusty.(2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaffar, Vanessa. (2007). *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Gassing dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadi, Prijana Ido, Megawati Wahjudianata, Inri Inggrit Inrayani. (2021). *Komunikasi Massa*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Harris, T. L., & Whallen, P. T. (2006). *Marketing Public Relations, How Today's Companies Are Using The New*.
- Hidayat, Dasrun.(2014). *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jenkins, R. (2014). *Social identity*. Routledge.
- Kerlinger. (2006). *Asas–Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. In *Indeks Kelompok Gramedia*.

- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., Moreno, R. R., & Paz, M. D. R. (2003). *Marketing para turismo*. McGraw-Hill.
- Kriyantono, Rachmat.(2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mc Quail, Denis. (2006). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Alih bahasa oleh Agus Dharma dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Noor, A. (2009). *Manajemen Event*, Bandung. CV. Alfabeta.
- Noor, A. (2013). *Manajemen event*. Bandung: Alfabeta. Noor, A. (2013).
- Rakhmat, J. (2009). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramadhayanti, Ana. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations and Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, edisi revisi, cetakan ketujuh. PT. Remaja Rosdakarya, Jakarta.
- Ruslan, Rosady.(2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Suhandang, Kustadi. *Studi dan Penerapan Public Relations Pedoman Kerja Perusahaan*. Bandung: Nuansa Cendekia. (2012).
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media*. Elex Media Komputindo.
- Suyono, A. G., & Sukmawati, S. Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Pres. Jakarta.

## SKRIPSI

- Akbar, Ali.(2020). *Hubungan Tingkat Kepercayaan Konsumen Akun Instagram Goodgamingshop terhadap Minat Beli*.Skripsi. Universitas Esa Unggul.
- Indriyani, V. R. (2017). *Pengungkapan diri siswa di media sosial instagram*.

- Ma'ruf, Moh Ali.(2017). *Analisa Penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk*. Skripsi. Universitas UIN Sunan Kalijaga.
- Mahdi, Ikramullah.(2018).Pengaruh Instagram Terhadap Minat Pengunjung Komunikafe di Makassar.Skripsi.Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nadzir, Rizky Seftia. (2018). *Special Event sebagai Komunikasi Pemasaran PT. Telkom Akses dalam Mempromosikan Produk Indihome*. Skripsi. Universitas Prof. Dr. Moestopo.
- Triyanto, Andrian.(2019).Pengaruh Konten Instagram Berrybenla Terhadap Minat Beli Followers. Skripsi. Universitas Prof.Dr.Moestopo.

## **JURNAL**

- Harahap, H. (2007). Mensiasati Bobot Media Periklanan. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Kennedy, John E. (2009). Manajemen Event. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta. Dalam Rahma, Ade. 2017. Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Jurnal Komunikasi*, 1, 157.
- Rizki dan Pangestuti. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49, 159.
- Sugiarto dan Subagio. (2014). Analisis Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Dream Off Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2, 7.
- Sugiyono.(2014). Statistika Untuk Penelitian, Penerbit CV. ALFA BETA Bandung. Dalam Sugiarto. (2016). Analisis Emosional Kebijakan Pembelian dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1, 38.

## **SUMBER LAIN**

Akun Instagram @Muslimahdaily.

Pengguna Instagram di Indonesia Periode Januari-Mei 2020.  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/penggunainstagramdiindonesiadiidominasiwanitadangenerasimilenial#:~:text=Menurut%20data%20yang%20dirilis%20N>

apoleon, penggunaan%20platform%20berbagi%20foto%20ini. (diakses pada tanggal 18 November 2020).

Terpaan Media Exposure

<https://text-id.123dok.com/document/nzw06ogvy-terpaan-media-media-exposure.html>.

(diakses pada tanggal 15 Juli 2021).