

Daftar Pustaka

Buku :

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Pustaka Pelajar.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Kencana Predana Media Group.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Kencana Predana Media Group.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Armstrong. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi massa*. PT Grasindo, anggota Ikapi.
- Ruslan, R. (2002). *Kiat dan Strategi Public Relations*. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.

Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Jurnal :

A. Hakim (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bimbel Tridaya Bandung.Vol 3.

V. Wijaya & R.Oktavianti (2019). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia).

Howard, P. N. & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication. Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence*.

L. Maulinda & J. Aidil (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pasta Gigi Ciptadent Melalui Keputusan Pembelian. Vol 1

Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13.

M. Ahmad, T. Tumbel, & J, Johny (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado.Vol 10. ISSN: 2338-9605.

N. Peronika, J. Junaidi, & Y. Maryadi (2020). Pengaruh brand image terhadap minat beli produk kosmetika Wardah di kota Pagar Alam (Studi pada masyarakat pengguna kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). ISSN : 1858-2451.

Purwanto, E., Bachtiar, D., Septiani, K. M., Ridhwan, N., Deviny, J., Dahlan, K. S. S., Susanto, D. A., & Marey, D. R. E. (2020). Technology Adoption A Conceptual Framework. In *Yayasan Pendidikan Philadelphia*.

Internet :

<https://bisnis.tempo.co/read/1270292/antrean-khusus-pembeli-sepatu-compass-di-urban-sneaker-society>

<https://katadata.co.id/merek-lokal>

<https://www.sehatq.com/artikel/batasan-usia-remaja-dan-perubahannya-secara-fisik-dan-mental>