

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, M. A. A., & Darmawati. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN* (M. S. Dr. H. Ilyas Ismail, M.Pd., Ed.). GUNADARMA ILMU.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahriyah, E N, R M Tambunan, S A Faaroek, dan M R Istambul. 2020. "Cyber Extention As an Alternative Innovation of Cerebral Palsy Family CommunicationNetwork." 11:1776–90.
<https://dspace.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/12886>
- Bob Julius Onggos. (2004). *CYBER PUBLIC RELATIONS*. Jakarta: PT. Elex Media. h.1.
- Boyd, D. M & Ellison, B. N. (2008). *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Journal Of Computer-Mediated Communication. 13(1)*.
- Cornelissed, J. (2014). *Corporate Communication : A Guide to Theory & Practice* (4th ed.). London: Sage Publications.
- Davis Novelino Angkouw. (2019). *Pengaruh Konten Instagram Damn I Love Indonesia Terhadap Minat Beli Followers*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Dian Prajarini, D. S. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk UMKM Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 7 No.2*, Hal 187-199. Diambil dari <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/download/4139/2211>
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Elita, S. (2012). *Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen*. Universitas Padjajaran.
- Janner Simarmata. (2010). *Rekayasa WEB* (Ed I.; Nikodemus WK, Ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Kevin Luignatius. (2020). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Gorrygourmet Terhadap Minat Beli Konsumen* (Universitas Multimedia Nusantara). Diambil dari <http://kc.umu.ac.id/id/eprint/14040>

Kotler Keller. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran* (Ke Empat). Jakarta: Airlangga.

M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* No Title. Yogyakarta: Kobis.

M.Fikri Akbar, Yuli Evadianti, I. A. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia.

McPheat, S. (2011). *Developing Internet Marketing Strategy*. United States Of America: Ventus Publishing.

Meldarianda, R. dan H. L. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 17 No, Hal 97-107.

Pratidana, D. (2017). Hak cipta dan penggunaan kembali : Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah , memperbaiki , dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial , selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat ya. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. Diambil dari [http://kc.umu.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umu.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT.Elex Komputindo.

Rachmat, K. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Rulli Nasrullah, M. S. (2015). Media Sosial : Perspektif, Budaya, dan Sositeknologi. In *Simbiosis Rekatama Media*.

Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Shafita, R. (2018). Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Media Sosial Instagram

dengan Minat Wisatawan Terhadap Pariwisata di Yogyakarta (Studi Kasus di PT. BKS Tour Services Periode Oktober – November 2017). *Mercubuana Yogyakarta*.

Solis, B. (2011). *The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. Canada: New Jersey, John Wiley & Sons.

Sugiyama, K. dan T. A. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from The World's Most Innovative Advertisibg Agency*. USA: McGraw-Hill.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

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

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

Susan. (2019). *Pengaruh Konten Instagram @SUSHITEIINDONESIA Terhadap Minat Beli Konsumen* (Universitas Multimedia Nusantara). Diambil dari <http://kc.umn.ac.id/id/eprint/10570>

Suyanto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Umar Husein. (2002). *Metodologi Penelitian”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Website :

Kitchen, N. (2016). Sejarah Toko Kue The Harvest. Diambil 19 November 2021, dari Tukangmakan website:

<https://natalieskitchen.wordpress.com/2016/06/16/sejarah-toko-kue-the-harvest/>

Reni Lestari. (2021). 2021, Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen. Diambil 18 November 2021, dari Bisnis.com website:

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen>

Wiki. (2021). Holland Bakery. Diambil 19 November 2021, dari www.tribunnews.com website: <https://www.tribunnewswiki.com/2021/05/28/holland-bakery>

Yuharrani Aisyah. (2020). Sejarah Dunkin' Donuts, Toko Donat yang Berdiri Sejak 1948. Diambil 19 November 2021, dari Kompas.com website: <https://www.kompas.com/food/read/2020/07/11/181800375/sejarah-dunkin-donuts-toko-donat-yang-berdiri-sejak-1948>