

DAFTAR REFERENSI

- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). *Sefa Bumi Persada Aceh*.
- Adnan, A., & Aiyub, A. (2020). Reinventing Potensi Generasi Millennial di Era Marketing 4.0. *Aceh: Sefa Bumi Persada (Unpublished)*. Diakses pada: <https://repository.unimal.ac.id/7014>.
- Abubakar, R., (2022), Manajemen Pemasaran. Penerbit Alfabeta : Bandung
- Abubakar, R., Adam, M., & Adnan, (2023) manajemen Inovasi dan Kreativitas. Penerbit raja Grafindo Persada : Depok
- Andhini Hastrida. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165.
- Ang, F. O., Andreani, F., Harjanti, S., Rokhmawati at el., Ruhamak, M. D., Rahayu, B., Samuel, H., & Setiawan, K. Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing pada Facebook terhadap Minat Beli Feel in Taste di Kupang dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 188–204. <https://stp-mataram.ejournal.id/JIH/article/view/1699%0Ahttps://doi.org/10.32535/jicp.v4i3.1343>
- Berndt, A. E. (2020). Sampling Methods. *Journal of Human Lactation*, 36(2), 224–226. <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Casanoves, J., & Perez, Mo. (2021). Digital Marketing Management Applied To the Tourism Industry: Vueling Airlines Case Study. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 4(2), 9–30. <http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/264>
- Cochrane, K. (2018). To Regain Consumers' Trust, Marketers Need Transparent Data Practices. *Harvard Business Review*, 1–5.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(May), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

- Ebrahimi, P., Basirat, M., Yousefi, A., Nekmahmud, M., Gholampour, A., & Fekete-farkas, M. (2022). Social Networks Marketing and Consumer Purchase Behavior: The Combination of SEM and Unsupervised Machine Learning Approaches. *Big Data and Cognitive Computing*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/bdcc6020035>
- Fajri, J. (2017). *DIMENSI INTERAKTIVITAS MEDIA SOSIAL*. 5(3), 87–101.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Guha, S., Mandal, A., & Kujur, F. (2021). The social media marketing strategies and its implementation in promoting handicrafts products: a study with special reference to Eastern India. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 23(2), 339–364. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2020-0097>
- Hakim, M. F., Suardana, I. W., & Suwena, I. K. (2019). Motivasi Wisatawan Berbagi Pengalaman Wisata Melalui Instagram (Studi Kasus pada Pantai Padang-Padang, Badung). *Jurnal IPTA*, 7(2), 2338–8633.
- Hati, S., & Audika Daningsih, W. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity dan Dampaknya Pada Minat Beli Produk Merek Pobosoccer. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(1), 60–71. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i1.4882>
- Hootsuite. (2021). Digital 2021. *Global Digital Insights*, 103.
- Huda, S. N., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2022). *PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PURIVERABOTANICALS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Oleh: SYIFA NURUL* .
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Jacobson, J., Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(March). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta

- Muzakki, M. R. (2019). *Pengaruh Informativeness , Entertainment dan Irritation Isi Iklan di Facebook terhadap Attitude Toward Advertising: dengan Mediator Advertising Value pada Generasi Milenial di Yogyakarta*. *Pengaruh Informativeness , Entertainment dan Irritation Isi Iklan d.*
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sulistiowaty, L., Garnasih, R. L., & Suranta, E. (2009). *PENGARUH ENTERTAINMENT, INFORMATIVENESS DAN IRRITATION TERHADAP ADVERTISING VALUES (Studi kasus pada Mahasiswa Pengguna Internet di UPT Komputer Universitas Riau)*.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospital Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87.
- Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2004). Modeling participation in an online travel community. *Journal of Travel Research*, 42(3), 261–270. <https://doi.org/10.1177/0047287503258824>
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Telematics and Informatics Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>