

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R., Adam M., & Adnan, (2023), *Manajemen Inovsi dan Kreatifitas*, PT. Raja Grafindo Persada, Depok
- Allessandri, S., Chryssallie, M., Bhawika, G. W., & Nareswari, N. (2022). *Satisfaction pada Beauty E-commerce: Studi Kasus Pengguna Sociolla di Surabaya*. 11(3).
- Andini, C., Ariyanti, M., & Sumrahadi. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pengunjung Online Store Lazada Indonesia*. *E-Proceeding of Management*, 3(2)(2), 1289-1295.
- Andrew, M. (2019). *E-Service Quality dan Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi E-Service Quality dan Citra Merek Shopee*. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 23-38. <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab>
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Operasi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Berndt, A. E. (2020). *Sampling Methods*. *Journal of Human Lactation*, 36(2), 224-226. <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Choirunnisa, N. A., & Walyoto, S. (2023). *Pengaruh konten post dan testimoni di social media Instagram terhadap minat beli konsumen pada produk industri otomotif*. 2(1), 1-13.
- Devi, D. A. C. R., & Indiani, N. L. P. (2023). *Pengaruh E-Service Quality, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Lazada Di Era Covid-19*. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 53-67.
- Eka, C., Fatahillah, R., Sarsono, A., Hanavi, A., & Sitorus, P. (2021). *Pengaruh Tipe Post, Waktu Post, Testimoni Dan Follower Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen*. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(1), 91-100. <https://doi.org/10.37366/master.v1i1.158>
- Ekaputra, R., & Sundjaja, A. M. (2023). *The Effect of Online Banner Design within Instagram to the Purchase Intention of Consumers*. *Interdisciplinary Social Studies*, 2(6), 1988-1997. <https://doi.org/10.55324/iss.v2i6.420>
- Hananto, B. A. (2019). *Identitas Visual Digital Brand Dalam Social media*. *Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA) 2019*, 2, 56-61.
- Handoko, H. T. (2021). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.

- Jundrio, H., & Keni, K. (2020). Pengaruh Website Quality, Website Reputation Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan E-Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 229. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.7802>
- Karinka, E., & Firdausy, C. M. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Konsumen Melalui Shopee Di Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 666. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6544>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kusuma Wardani, N. (2022). PERSPEKTIF DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA FEED INSTAGRAM PRODUK SKINCARE SEBAGAI MEMBENTUK BRAND IDENTITY. 244-252. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Najib, R. G., Dewi, R. S., & Suryoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Lazada di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 347-358. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34731>
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 187-199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18-29.
- Sari, H., & Anggraeni, L. (2019). Peran Tipe Gambar, Tagar, Jumlah Likes Dan Informasi Harga Pada Instagram Terhadap Intensi Membeli. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 71. <https://doi.org/10.14710/jati.14.2.71-80>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>

- Siporay, F. R. F., & Damastuti, R. (2022). Analisis Isi Konten Post Akun Instagram@Menantea.Toko Dalam Membangun Engagement Followers.Communique: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 5(1),55-69.<https://ejurnal.stikpmedan.ac.id/index.php/JIKQ/article/view/122>
- 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>
- Swastha, B., & Handoko, H. (2018). Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku.Konsumen. BPFE. Yogyakarta
- Zahra, P. A., & Sukmalengwati.(2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). 6(3), 2008-2018