

DAFTAR REFERENSI

- (AMA), A. M. (2017). *Defintion of Marketing*. Diambil dari *American Marketing Association (AMA)*: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Ananda, D. O. (2022, April 18). Apa Itu Feed Instagram? Berikut Cara agar Tampilan Akun Instagram Kamu Jadi Lebih Menarik. R. Widiastuty, Editor Diambil dari Kompas.com:

<https://buku.kompas.com/read/1259/apa-itu-feed-instagram-berikut-cara-agar-tampilan-akun-instagram-kamu-jadi-lebih-menarik>
- Andita, R., Nurul, P., Rachmatullah, P., Akbar, S., Permata, S., & Siti, M. (2016). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Obat di Apotek Generik. *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 2(1), 21-26. doi:<http://dx.doi.org/10.26418/jp.v2i1.15463>
- Asmara, J. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Website (Studi Kasus Desa Netpala). *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i1.17>
- Bestriandita, D., & Widodo, E. (2017). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan EPIC Model Terhadap Mahasiswa UII Yogyakarta. *Prosiding SI MaNis (Seminar Nasional Integrasi Matematika dan Nilai Islami)*, 1(1), 214 – 220. doi:p-ISSN: 2580-4596
- BPS. (2019). Statistik Telekomunikasi Indonesia. Diambil dari BPS.go.id: <https://www.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=penggunaan+internet&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=Tampilkan>
- Cahyono, D. S., Nugrahanti, F., & Hendrawan, A. T. (2019). Aplikasi Pemasaran Berbasis Website pada Percetakan Morodadi Komputer Magetan. *SENATIK*, 2(1), 129-134. doi: 2685-5615
- Celimli, S., & Adanacioglu, H. (2021). *Comparison of social media platforms in terms of marketing performances of food companies* (Perbandingan platform media sosial dalam hal kinerja pemasaran perusahaan makanan). *Jurnal Ilmu Pangan Italia*, 33(2), 54-62.

doi:<https://dx.doi.org/10.15586/ijfs.v33i2.2031>
- Danielle, A. C., Ella, A. S., & Francesca, C. B. (2022). *A Comparative Analysis on the Differnt Food E-Commerce User Generated Content Affecting Millennials' Buying Intention* (Analisis Komparatif pada Konten Buatan Pengguna E-Commerce Makanan yang Berbeda yang Mempengaruhi Niat Beli Milenial). *Jurnal International Sosial dan Management Studi (IJOSMA)*, 3(5), 89 - 99. doi:<https://doi.org/10.5555/ijosmas.v3i5.193>

- Danuri, & Maisaroh, S. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. D.I Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan , Jawa Timur: QIARA MEDIA. doi:ISBN: 978-623-7925-18-7
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* ,415-424. doi: <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Hamdani, A. U., & Mubarak, R. L. (2019). Model E-Commerce Dengan Metode Web Engineering Method Untuk Menunjangpemasaran Produk Pada Xyz Pet Shop. *Proceeding SENDI_U*, 16-24. doi:ISBN: 978-979-3649-99-3
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-32. doi: <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Isman, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Ekuitas Merek, dan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 30-36. doi:2460-3775
- Joewono, S. (2021, 02 03). AYE&Co, Salah Satu Brand Local yang Gading Sentris! Diambil dari USS.FEED: <https://www.ussfeed.com/store-visit-ayeco-salah-satu-brand-local-yang-gading-sentris/>
- Kompas.com. (2021, Oktober 28). Berapa Harga Pasang Iklan di Instagram Ads? Diambil dari Kompas.com:
<https://money.kompas.com/read/2021/10/28/132015826/berapa-harga-pasang-iklan-di-instagram-ads?page=all>
- Kompas.com. (2021, agustus 25). Instagram Mulai Tampilkan Iklan di Fitur Shopping. Diambil dari Kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2021/08/25/17210077/instagram-mulai-tampilkan-iklan-di-fitur-shopping>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Principle of Marketing Global edition* (16 ed.). Chicago: Pearson. doi:ISBN 10 : 1292092483 ; ISBN 13 : 9781292092485
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall. Diambil pada Juni 2022
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Boston: Pearson Education. Diambil pada Juni 23, 2022

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Boston: pearson, 2014.
- Larno, S., Razi, M., & Anggraini, P. (2019). Implementasi Website Promosi Dan Penjualan Pada Asosiasi Pedagang Sepatu Dan Tas Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis (Jteksis)*, 1(1), 38-46. doi:<https://doi.org/10.47233/jteksis.v1i1.5>
- Mayana, R. J., & Nurfebriaraning, S. (2021). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Web Event Game Genshin Impact Versi “Hilidream Camp” Pada Aplikasi, Facebook, Twitter Dan Website. *e-Proceeding of Management*, 8(5), 6683 - 6694. doi:ISSN : 2355-9357
- Monicha, D. L., & Kusumawardhani, A. (2019). Analisis Pengaruh pemasaran Media Sosial dan *Celebrity Endorser Terhadap Electronic Word Of Mouthengagement* Pada. Minat Beli (Studi Pada Kosmetik Wardah Di Semarang). *Jurnal Manajemen Diponegoro*, 8(3), 138 - 148. doi:ISSN (Online): 2337-3792
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Jurnal Ekonomi Bisnis.*, 94 – 110. doi:<https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Prasetya, A. Y., Astono, A. D., & Ristianawati, Y. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 138 – 151. doi:<http://dx.doi.org/10.36694/jimat.v12i2.357>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu. *Global Komunika*, 1(1), 18-29. doi:e-ISSN : 2655 - 5328
- Ranti, S. (2022, Februari 18). Tips Jualan Online di Facebook, Ini Fitur Penting yang Harus Digunakan. Diambil dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/02/18/17450027/tips-jualan-online-di-facebook-ini-fitur-penting-yang-harus-digunakan?page=all>
- Riyanto, G. P. (2021, Maret 31). Sejarah Perjalanan Facebook, dari Kamar Asrama Menghubungkan Dunia. November 21, 2022, Diambil dari Kompas.com:<https://tekno.kompas.com/read/2021/03/31/20080017/sejarah-perjalanan-facebook-dari-kamar-asrama-menghubungkanDunia?page=all>
- Rizaty, M. A. (2021, agustus 3). Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa? Diambil dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Sanjaya, A. S. (2020, oktober). Pengaruh Dimensi *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli *Climatethirty*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 273-278. doi:<https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1780>

- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 82-92. doi:DOI : <https://doi.org/10.35130/jrimk>
- Sastika, W. (2018). Epic Model: Pengukuran Efektivitas Iklan Kuliner Melalui Sosial Media Instagram @Kulinerbandung Sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Manajemen*, 1(1), 21-27. doi:<https://doi.org/10.25124/jtim.v1i01.1531>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6 ed.). (E. Tim, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Simamarta, J. (2010). *Rekayasa perangkat lunak*. Yogyakarta: Andi.
- Souer, J., Weerd, I. V., Versendaal, J., & Brinkkemper, S. (2007). *Development of Content Management System-Based Web Application*. *International Journal of Web Engineering and Technology*, 3(4), 420-440. doi:<https://doi.org/10.1504/IJWET.2007.014441>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2014). *Populasi Dan Sampel. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 292.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Syamsuar, G. (2017). Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Return Saham (Studi Empirik Terhadap 32 Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013). *Academia.edu*, 1-33.
- Widianingtyas, H. (2021, Oktober 10). *Brand Aye & Co: Awalnya promo pakai sticker kini ekspor ke AS dan Eropa*. Diambil dari Kumparan.com: <https://m.kumparan.com/amp/millennial/brand-denim-aye-and-co-awalnya-promo-pakai-stiker-kini-ekspor-ke-as-dan-eropa-1wgwjWwlyoi>
- Yıldız, İ. K., Yıldız, Y. Y., & Kose, S. G. (2018). *Instagram, Facebook or Twitter: Which Engages Best? A Comparative Study of Consumer Brand Engagement and Social Commerce Purchase Intention*. *Jurnal Ekonomi Eropa dan Studi Bisnis*, 4(1), 268 – 278. doi: <https://dx.doi.org/10.26417/ejes.v4i1.p268-278>