



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 yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Reza. 2018. "Jaket Denim Jokowi Akan Dijual untuk Umum". Net.Z. <https://netz.id/news/2018/05/02/00516-01616/1004020518/jaket-denim-jokowi-akan-dijual-untuk-umum>
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi 1. Jakarta: Kencana
- Chaerunnisa, Fadhila. 2018. *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk FCHijab Di Kota Makassar*. Makassar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Dewi, Adhita M. 2018. "Pengaruh Iklan *Online* Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal". vol. 3, no. 1, h. 1-22.
- Fredik, Teo F., & Sulih, Indra D. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. vol.7, no. 2, h. 84-88.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. 2018. *Principle of Marketing Sixteenth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kunisah, Riza. 2013. Pengaruh *Subscribe* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Digital (Studi pada Mahasiswa Pascasarjana Perguruan Tinggi di Malang). vol. 1, no.2, h. 199-208.
- Kurniasih, Rizky A. 2018. *Pengaruh Sales Promotion Media Instagram Wardah Beauty House Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- McQuail, Denis. 2012. *Mass Communication Theory 6th Edition*. Malaysia: SAGE Publication Ltd.
- Nursianto, D. 2016. *Pengaruh Katalog Online Shop Di Instagram Dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Korelasi Terpaan Katalog Online Shop Akun @steddystore di Instagram dan Status Ekonomi Terhadap*

- Perilaku Konsumen Pada Follower Akun @steddystore*). Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Pertiwi, Wahyunuda. K. 2019. "Facebook Jadi Medsos yang Paling Digemari Di Indonesia". Kompas Tekno. <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>
- Putri, Citra S. 2016. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli". vol. 1, no.5, h. 594-603.
- Sanjaya, Prama J. 2015. Pengaruh Promosi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans Di Bandar Lampung. Banda Lampung: Universitas Lampung.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide For Brands dan Business To Build, Cultivate, dan Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Verina, Wady, & Wasis. 2014. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang Berlokasi di Indonesia)". vol. 10, no. 1, h 1-10.
- Zuhroh, Siti. 2016. "Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kedai Bontacos, Jombang)", vol. 10, no. 2, h. 145-160.

<http://www.ayedenim.com>

<https://instagram-press.com/our-story/>

<https://www.instagram.com/ayedenim/>